

2021

Hair O'right Corporate Sustainability Report

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

Contents

關於歐萊德 CS 報告書
創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

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

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全衛生

第四章 綠色供應鏈

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

第五章 綠色影響力

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

附錄

一、GRI 指標內容對照表
二、第三方保證聲明
三、綠色管理政策
四、綠色足跡

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



About Our Corporate Sustainability Report
關於歐萊德 CS 報告書

歐萊德於今年 2022 年發行第九本 CSR 企業永續報告書 (Corporate Sustainability Report, CSR)，為擴大撰擬涵蓋範疇，從企業永續經營角度與所有利害關係人溝通歐萊德於 2021 年度的永續作為。

報告書中揭露的各項資訊及數據，以歐萊德綠建築總部在 2021 年之營運狀況為主，不包含上海與日本子公司，其中水電資訊部分，由於永康、大安兩間體驗館直營門市未設置獨立水電錶統計，因此亦不包含在內。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觀點與因應作為，並說明目前公司發展的成果以及未來規劃，企圖以更全面的角度，思考將來如何以既有基礎，進一步自我檢視、評量及訂出企業策略。

本報告書由葛望平董事長與 CSR 推動小組集合各部門代表共同策畫，由永續風險管理部進行資料整合與撰寫。我們蒐集國際間重要的經濟、環境及社會議題，並透過實質性分析來鑑定十二類利害關係人及其關切的重大主題，總計揭露 13 項重大主題，對應到 12 項 GRI 準則。

報告書撰寫原則及保證

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

發行

歐萊德企業永續報告書每年發行，考量環境友善因素，報告書將以 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：2022 年 10 月發行

上一發行版本：2021 年 12 月發行

下一發行版本：預定 2023 年 12 月發行

統籌彙編

劉又瑄、陳湖林 永續專員

設計製作

蕭宇珊 設計師

聯絡方式

如有任何建議或疑問，歡迎透過下方資訊與我們聯絡，或至公司官網 O'right Website（https://www.oright.inc/） 首頁上方「聯絡我們」處留言。

歐萊德國際股份有限公司 永續風險管理部 劉又瑄 永續專員

電話：+886-3-411-6789 Ext.8921 | 傳真：+886-3-411-6779 | ESG 信箱：esg@oright.inc

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

Letter from Our Chairman
創辦人的話

將自然生態納入決策考量，創造零環境衝擊

近年來，氣候變遷、生物多樣性以及人類大規模流行病，三者之間看似沒有關連，彼此卻互相牽引，終究反撲回環境與健康問題。我們是親眼目睹氣候變遷的一代，也是唯一有機會改變的一代。歐萊德自創立以來秉持初衷，從產品出發，建立綠色永續標準，實踐零碳、零環境衝擊的核心價值。過去 15 年，我們盤查產品碳足跡、建構綠色供應鏈、重新定義消費者，打造綠色產品與綠色服務，更於 2020 年取得組織、工廠及產品碳中和認證（範疇三），歐萊德身體力行徹底實踐了「零碳經濟」的可行性，也是我們堅持至今的綠色價值主張。

歐萊德在 2021 年以亞洲中小企業代表，受邀聯合國 COP15 全球生物多樣性與聯合國 COP26 全球氣候峰會發表專題演說，我們積極呼籲每個產品都應該完成碳足跡盤查、執行減碳策略，因為我深信，未來每個企業都會走向綠色永續，完成循環經濟的最後一哩路與恢復生物多樣性同等重要，增加對大自然的尊重，減少對健康與環境的負擔，使用可溯源 PCR「消費用品回收再製塑膠」、使用可再生單一材質綠色包材，這就是我們想帶給地球一種純淨，同時也是對人類、社會、環境的一份心意。

目前企業正面臨 2050 年邁向淨零排放的全球趨勢，企業除了制定階段性的減碳計畫，更應重視綠色競爭力。「碳存簿」是歐萊德兼具綠色永續創新的競爭優勢，為了達成零碳目標，歐萊德於 2011 年就已進行碳權購買，是台灣第一個完成碳權交易的企業，當國際碳價持續翻漲時，碳交易可能成為解決氣候變遷的重要關鍵之一，我衷心期盼能有更多綠色夥伴參與，共同維護我們與下一代的未來，一起讓世界變好。



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

01

第一章 永續經營

A Sustainable Business

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.1 公司簡介

歐萊德綠建築總部（O’right Green Headquarters）位於桃園市龍潭區中豐路高平段 18 號，為台灣綠色髮妝領導品牌，擁有全亞洲第一座綠建築化妝品 GMP 工廠，通過 ISO9001、ISO22716、ISO17025、ISO50001、ISO14001、ISO45001 等認證，以太陽能與風力發電製造產品，並以水循環資源再生全面進行綠化改造。是少數具備綠化研發、環保設計、綠色製程、創意行銷的 MIT 公司。

銷售通路除了全台 7000 餘家沙龍、23 間百貨體驗館、5 間合作電商平台授權販售以及官方網站外，積極開拓國際市場，分別為專業沙龍通路、電商通路、零售通路和全通路代理商，2021 年分別在波蘭、瑞典、白俄、烏克蘭、沙烏地阿拉伯、中國、韓國、泰國、南非、比利時、荷蘭、奧地利、保加利亞、日本等超過 40 個國家佈局。

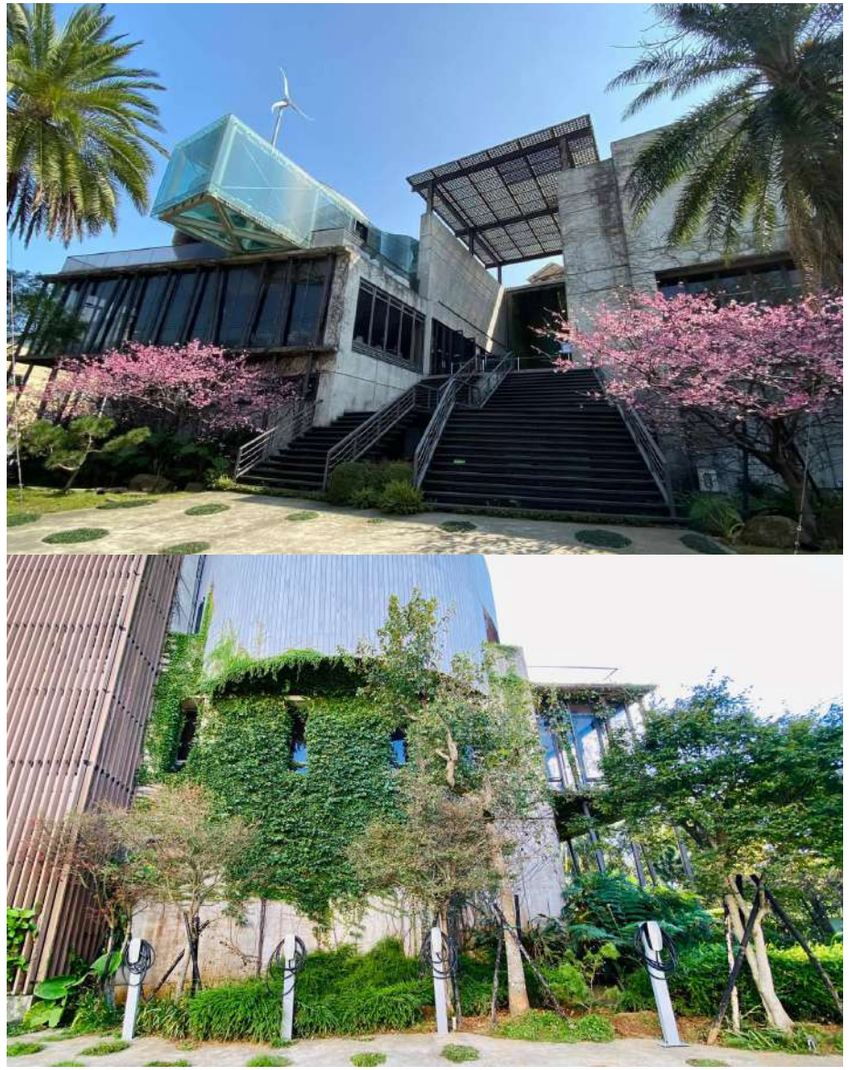
從生產第一瓶洗髮精開始，歐萊德一直以產品責任、社會責任、環境責任為念，以「綠色、永續、創新」為核心價值，相信做小事也能改變大環境，堅持做一個好企業，比做一個大企業重要，盡力維護我們土地的美好，降低對環境的衝擊，如同歐萊德 LOGO 想傳遞給大眾的意涵：「為了地球、為了我們的下一代，做正確、美好事情」。

● 圖 1-1 歐萊德 Logo

1.1.1 創立緣由

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

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



● 圖 1-2 歐萊德綠建築總部是全亞洲第一座黃金級綠建築化妝品 GMP 廠，也是台灣第一家鑽石級碳足跡認證綠建築

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.1.2 2021 年歐萊德榮耀

2021.5月	2021.9月	2021.10月	2021.11月	2021.11月	2021.11月
遠見雜誌CSR企業社會責任-傑出方案類-社會創新組-楷模獎	七度榮獲天下公民獎小巨人組第一名	四度榮獲「英國全球綠色環保大獎」-最佳永續銀獎、環境政策銀獎、最佳減碳銀獎、綠能發電銅獎、綠色產品銅獎	五度榮獲「巴黎永續美妝大獎永續產品大獎永續領導大獎」	八度榮獲「台灣精品獎」-植萃彈力造型油	日本優良設計大賞 Finalist for the Good Design Grand Award（內閣總理大臣獎）第三名、Gold Award金獎、Best100

● 圖 1-3 2021 年歐萊德榮耀圖



● 圖 1-4 歐萊德以酒釀煥采面膜榮獲法國巴黎永續美妝大獎的新品冠軍以及永續領導大獎。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.1.3 企業團體與公會組織參與

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

歐萊德參與的台灣公會、組織包括有：台灣精品品牌協會（監事）、臺灣化粧品工業同業公會（理事）、台北進出口商業同業公會、台灣服務優良品牌協會、社團法人中華民國全國創新創業總會及台灣綠沙龍永續認證協會（常務理事）…等。

我們雖以專業髮粧產品起家，但一直將優化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」，以協助提升各類型沙龍（群聚）場域可持續發展方向，響應聯合國永續發展目標，提倡責任消費與生產、維護健康、友善環境、使用再生能源與關懷社會等構面發展，並以促進健康、安心、可信賴的公共空間為宗旨，盼透過綠沙龍協會提升群聚場域的綠色氛圍。



● 圖 1-5 協同友達宇沛、優樂地、SGS 共同推動台灣綠沙龍永續認證協會

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.1.3 相關利害關係人

歐萊德每季於「綠色永續發展委員會」討論 CSR 中綠色永續議題，每年 CSR 推動小組成員均會於第三季委員會中討論是否針對利害關係人關注議題重新調查。同時，並對自訂重大考量面部分進行討論，相關程序如圖 1-6 所示。



圖 1-6 利害關係人調查程序

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

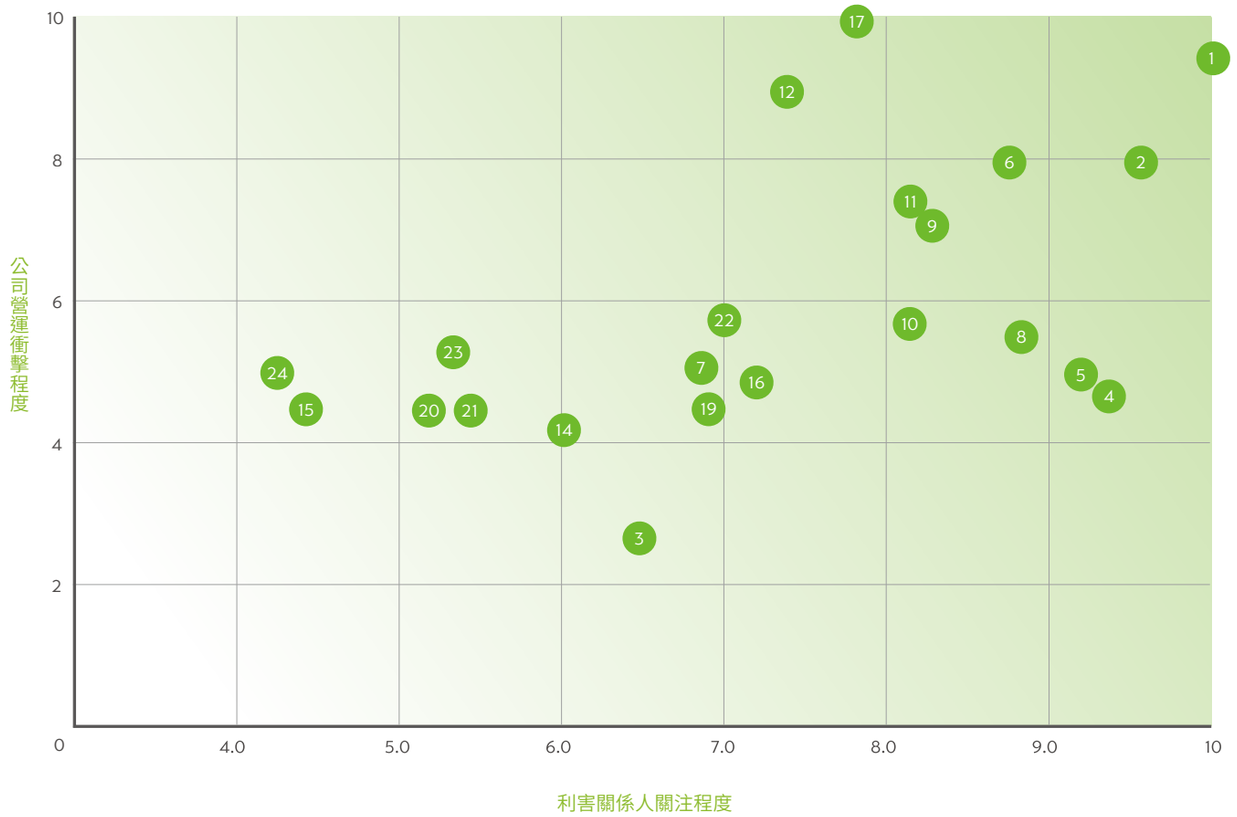


圖 1-7 重大議題分析

利害關係人關注程度已於 2021 年秋季綠色永續發展委員會中決議， 2022 年需針對利害關係人關注議題進行調查，主要利害關係人除了原本的「員工」、「消費者」、「通路客戶」、「代理商」、「供應商」、「協力商」、「股東」之外，並再新增「當地社區」，總計八類。

本次調查回收問卷總計 1,218 份，「關注程度」與「衝擊程度」同時在 6 分以上項目列為本年度的重大主題。考量 2020 年起新冠肺炎疫情肆虐事件，對國家社會帶來許多衝擊，因此本年度除了對生物多樣性的保護自訂主題，更納入「因應 Covid-19 疫情，對於員工的保護措施」，總計揭露 13 項重大主題，分別對應 12 項 GRI 準則。(如表 1-1) 。

本報告書並以各章節分別呈現歐萊德對於這些重大考量面的回應，相關管理方針請見下方表 1-1。針對前八類利害關係人之議題溝通，請見表 1-2。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

● 表 1-1 關注議題管理方針與 GRI 準則對應

序號	關注議題	GRI 準則	報告書對應章節	政策 / 策略	目標	行動作為	達成情形
A.	穩定財務績效	201 經濟績效	1.4	面對未來碳交易市場的趨勢，歐萊德除了思考 「物資成本」、「勞力成本」外，更將「社會成本」與「生態成本」納入決策考量。	每年盤點與監控「財務概況表」、「環保支出及投資」等財務報表金額，定期檢視歐萊德財務的綜合績效。	以綠色會計標準統計環境保護的成本，每年出版「環境會計報告書」，並於年度CSR報告書揭露分析數值。	歐萊德的營業額自2017-2021年持續成長，且在COVID-19之疫情持續下仍於2021年成長了8.7%。2021年產生之相關綠色投資金額約為一億零五百萬元，歷年累計相關投資總金額高達近五億八千餘萬元，逐步實踐歐萊德的經營理念。
B.	氣候變遷所對企業造成的財務影響	201 經濟績效	1.4	依據各管理系統以及氣候變遷的狀況，將各種不確定風險納入考量，使氣候變遷造成的經濟風險控制在最低，以維持企業良好的經濟績效。	預計2022年開始導入TCFD，將環境及氣候變遷風險控制產生效益納入評估。	組成跨部門專案小組研擬TCFD揭露內容，並透過綠色永續發展委員會每季規劃的永續相關會議，提出可能的潛在風險與因應措施。	將2021年企業因應氣候變遷防範作為對應TCFD報告書架構作初步揭露。
C.	間接提升農民的經濟價值	203 間接經濟衝擊	2.2 4.1	「是化妝品，也是農產品」，歐萊德持續研發安全有效的產品，進而創造農業全新價值。	支持在地有機農業發展，減少對進口原料的依賴。	研究台灣原生植物以及在地特色農產品或其廢棄物，以萃取技術萃取活性成分，進而提升台灣農產品的經濟價值。	原料使用以有機茶葉、竹葉、枸杞根、咖啡渣以及金門高粱酒釀為主，且大都來自台灣在地有機農場。
D.	向台灣的供應商採購	204 採購實務	4.1 4.2	降低原物料運送產生的碳足跡。致力於國內尋找符合標準之原料。更邀請供應商一同組成綠色供應鏈。	2025年前將原物料在地採購比例提升至90%；2030年綠色原物料廠商佔比達85%。	為逐年提升在地採購佔比，歐萊德擬定計劃開發在地綠色原物料。	2021年當地採購金額占比提升至35.2%；2021年綠色採購比例已達70.2%。
E.	促進產業合作	206 反競爭行為	4.2 4.3	將「社會、環境相關」與「勞工環保及其他企業社會責任相關」等範疇納入調查，共同造就最綠的髮妝品。	持續邀請供應商簽署「供應商企業社會責任行為準則承諾書」，透過產業間的合作，創造永續的經濟效益。	訂定供應商管理作業程序，對初次合作廠商提出「供應商評鑑表」，若經評定為不符合公司要求，則將納入不合格供應商並停止採購。	截至2021年止，歐萊德已與103家原物料廠商簽署承諾書。
F.	原物料對環境的衝擊	301 物料	2.2 2.3	以「自然、純淨、環保」為經營理念，著重潔淨生產，拒絕使用對人體及環境有風險物質，並以更嚴僅標準定義綠色原料及物料，將產品配方及包裝持續改善創新，以循環經濟精神開發，實踐生物循環與工業循環，減少廢棄讓資源回收再利用。	2021年再新增5件以上產品申請通過USDA美國官方農業部Biobased生物基天然永續認證。研擬修正3項以上產品包裝，改以可回收材質、回收再製材質作為改良設計方向。	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，結合供應商採用當地回收再製物料開發環保瓶器，減少天然資源的開採以及垃圾的堆疊。	內料：實踐8 Free原則，統計至2021 年底，歐萊德產品已有60 項產品及3 項原料，獲得美國官方農業部USDA Biobased認證。 包裝：開發多項MIT環保瓶器，甚至協同供應商，從原料端、瓶器製造端、瓶器使用端逐站審視與監控。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

序號	關注議題	GRI 準則	報告書對應章節	政策 / 策略	目標	行動作為	達成情形
G.	能源使用管理	302 能源	2.1	以「綠色、永續、創新」為核心價值，為達成永續經營之目標，歐萊德致力於提升能源使用效率，並建立良善的管理系統。	依企業本身的能源政策、設定與達成之能源績效改善方向，並盡可能提出量化數據。	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。	每週主管會議定期追蹤能源設備改善進度並提供相關數據資料，因而大量減少高耗能源使用，且因增設再生能源設備，大幅提升綠電使用的比例。
H.	水資源管理	303 水與放流水	2.1	珍惜水資源、減少廠區對自來水的依賴，增加廢水回收的效率與回收水的使用比例。	加強源頭減廢，以達成「廢水零排放」的目標。	盤查企業水足跡，規畫水資源回收系統，全面管控水的去向，提高管理效率。 透過產品配方改良，降低使用端耗水量。	調整廢水處理設備、加強清消作業，目前所有廢水已達可澆灌標準。此外，亦建置「用水平衡圖」，掌控場內所有水資源使用足跡。
I.	對生物多樣性的保護	304 生物多樣性	2.2 4.1	倡導友善動物理念，增加對自然萬物的尊重，減少對生態環境的衝擊。	每年持續維持全產品無動物試驗，並且持續開發全素(不含動物來源成分)商品。	歐萊德總部仿傚並恢復自然野地,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。針對產品開發以「非動物試驗」、「純素」為原則，減少對生物多樣性的衝擊。	全產品逐步進化再升級純素、無麩質、不含基因改造，且持續申請國內外第三方機構之認證。
J.	淨零排放	305 排放	2.3	為達成台灣2050淨零排放目標，歐萊德致力於降低廢氣排放，並對所排放廢棄負責。	以「淨零碳排」為目標。 2022年全廠區50%再生能源使用； 2025年100%再生能源使用。	每年透過溫室氣體盤查、擬定減碳計劃，更進一步執行組織與產品的碳中和，並且依據碳足跡、碳中和以及碳權購買價格定出企業內部碳定價，供企業內部決策參考。	連續3年維持組織型碳中和，並達成77項全產品碳中和。
K.	完善的員工福利制度	401 勞雇關係	3.2	依政府勞動相關法令制定勞動條件，且為保障員工權益與福利。歐萊德制定完善的福利制度與申訴管道。	建立完善的福利與照顧措施，完整涵蓋員工於職場上的各項需求。	規劃員工申訴及溝通管道、詳盡制定人資相關政策，此外，也組織「勞資委員會」、「職工福利委員會」為同仁整合問題並爭取改善對策。	2021年員工福利涵蓋範圍可參酌CSR報告書「3.2 福利制度」，未來也將持續爭取同仁需求與福祉。
L.	因應 Covid-19 疫情，對於員工的保護措施	403 職業安全衛生	3.4	確保公司同仁、廠商、協力廠商處於安全且健康的工作環境。	落實同仁健康管理，執行各項防疫措施以降低同仁染疫風險，確保公司正常營運。同時，針對確診案例，制定清消作業程序，降低其他同仁的染疫風險，亦協同人資部門提出因應措施。	落實ISO45001管理系統，將嚴重流行疾病發生事件納入應變規範，並成立應變小組，隨時依疫情調整防疫等級及內部各項防疫措施。同時，為因應臨時狀況，亦購入快篩試劑，供同仁使用。	除完成年度健康檢查，員工每日須回報個人健康狀況，定期檢視內部疫情，且針對染疫同仁，定期確認並關心其身體狀況。
M.	優質的「員工培訓機制」	404 訓練與教育	3.3	量化方式衡量同仁所需具備的專業技能及缺口，提供內外部教育訓練的機會，以提升工作效率，更協助同仁的職涯發展。	建立一個能讓公司同仁持續學習成長的工作環境，提升男女員工的受訓人數。	定期實施績效考核，由權責主管對所屬員工就其整體表現，以雙向面談溝通方式，共同檢視過去一年績效及其未來目標與改善計畫。	建構教育訓練架構，提供公人專業職能、主管養成訓練等機會。另針對新進人員，亦執行「綠色幼苗關懷計劃」，安排資深員工協助新進同仁更快融入公司文化。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 1-2 利害關係人溝通機制

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

歐萊德葛望平董事長與綠色永續發展委員們，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。經考量組織對關係人之「依賴性、責任、影響、多元觀點、張力」等因素，定義出主要利害關係人為員工、消費者、通路客戶、代理商、供應商、協力商、股東、當地社區等八大類，並透過報告書針對關注議題說明回應的內容與成效。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.2 理念與政策

1.2.1 綠色永續創新計劃

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

自 2018 年開始升級為「零碳」計劃，全面追求「零環境衝擊」，2019 年將洗沐產品全面改用再生押頭，2020 年進一步與供應商開發單一材質再生包裝，2021 年採用單一材質再生補充包。歐萊德未來也將持續提出創新零碳策略，希望逐年降低歐萊德的地球足跡，不只開發客戶所需要的商品，更著重於大自然環境對我們商品的期望。

歐萊德不僅在產品上持續突破，更推行全面品質管理，以「生物循環」與「工業循環」兩大循環為基礎，建構 Bio 生物循環系統、PCR 工業循環系統與良好國際品質驗證系統以穩定產品品質，未來更持續以淨零排放為目標，預計制定內部碳定價，將碳成本列入決策考量。為了持續擴大我們的綠色影響力，更透過產品蘊藏的環境教育意義啟發大眾對氣候變遷議題的關注，希望能引領業者走者向綠色革命，攜手供應鏈實踐 SDGs 的永續發展目標。

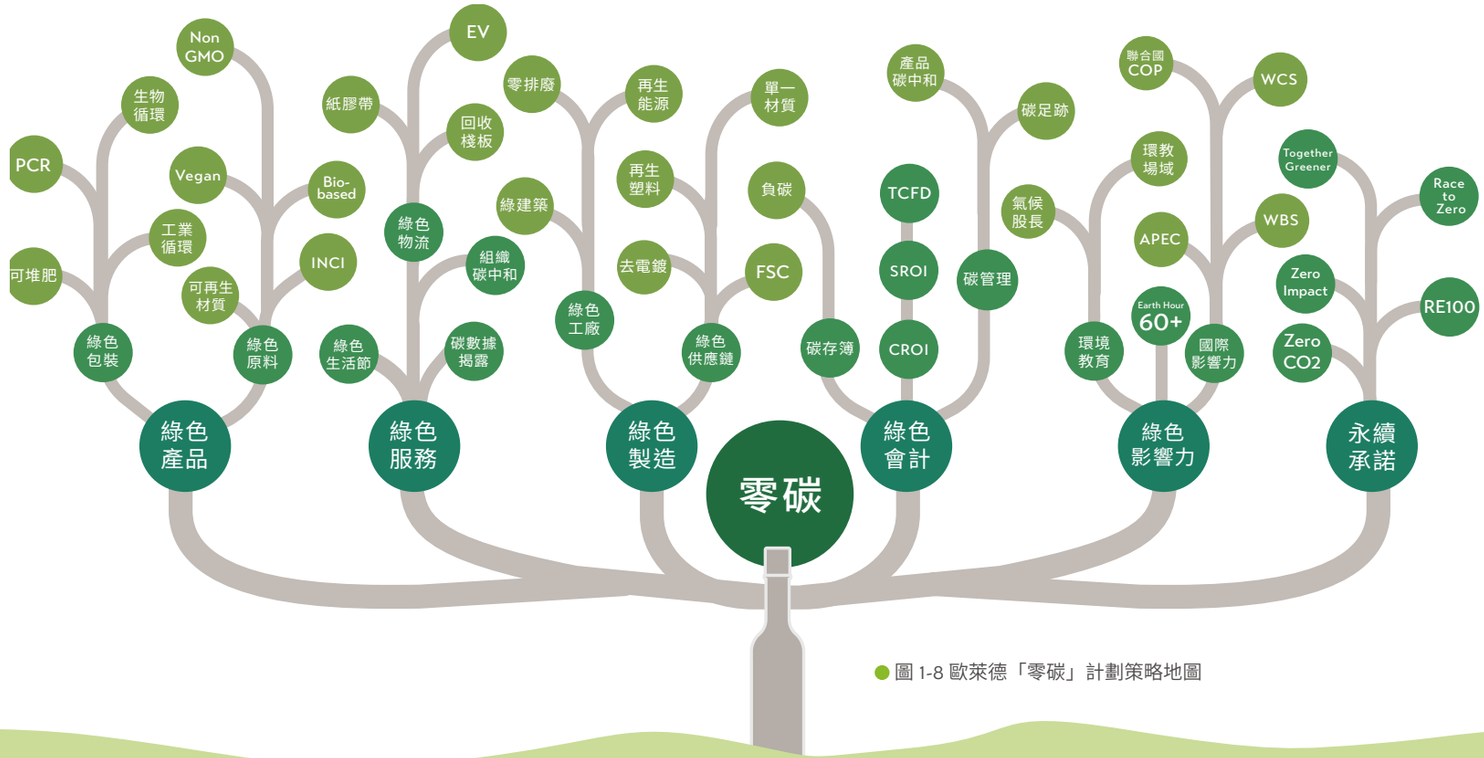


圖 1-8 歐萊德「零碳」計劃策略地圖

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



圖 1-9
超臨界萃取機



圖 1-10
活性成分分析



圖 1-11
綠色內料研發



圖 1-9 從源頭開始減少環境衝擊

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.2.2 環保永續政策

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

我們堅持企業所有作為皆須極盡所能的符合環保理念，因此 2018 年加入 RE 100 [1] 倡議行動，承諾 2025 年前 100% 使用再生能源。落實環保理念的做法，以三面向作說明，包含建築物本身設計設施、公司內部環保政策、整合串聯外部供應商之綠色供應鏈。

(1) 建築物設計及相關設施

公司總部順應地形風向而建，位居海拔 300m 高的地勢，自然達到較平地降溫 2° C 效果，並以各項節電、省水設施及風力、太陽能發電設備來力求建築物的環保落實，採無圍牆式設計，強調人、建築與自然的永續共生。於 2012 年榮獲台灣「EEWH 綠建築」黃金級認證，除了通過「綠建築 7 大指標」外，又在 2016 年獲頒國家認證之綠色工廠標章，並且達成鑽石級建築足跡認證，成為亞洲第一座綠建築 GMP 化妝品廠。歐萊德綠建築總部其內設施與設計皆力求與自然生態共存，極盡可能減少對環境可能造成的衝擊 (綠建築總部設計細節請參考本報告書第二章) 。

註：RE 100 是由 The Climate Group、CDP（碳揭露專案）、國際再生能源署（IRENA）等機構共同發起的國際環境倡議，希望募集 500 家大型國際企業，共同承諾 2050 年前 100%%使用再生能源。2020 年為止已有眾多 企業加入，包括蘋果、Google、微軟、NIKE、IKEA、H&M、雀巢、飛利浦、BMW 等各行各業龍頭，皆赫然在列。

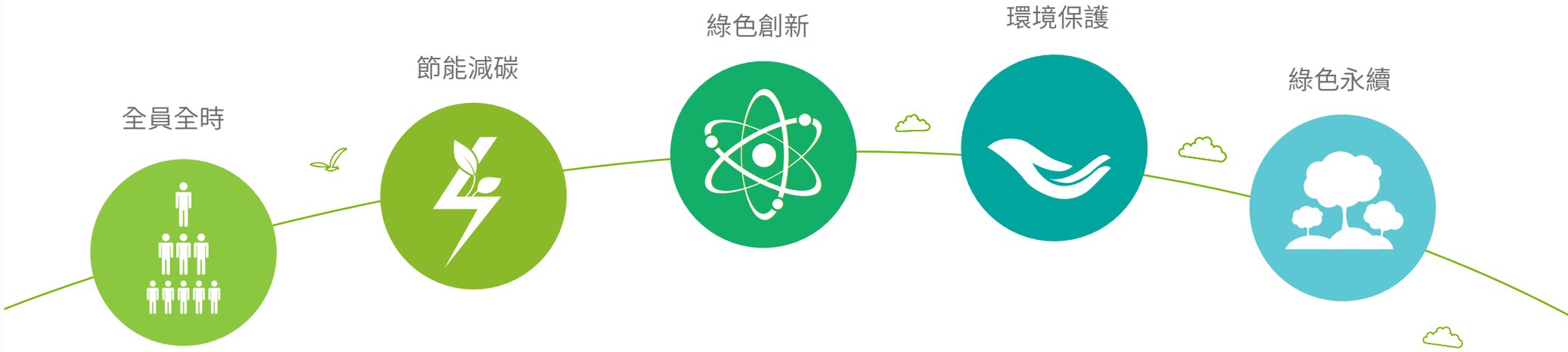


圖 1-10 歐萊德環保永續政策

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(2) 環境會計

除了思考 「物資成本」、「勞力成本」外，必須更加重視「社會成本」與「生態成本」。企業除了重視「企業利益」、「員工利益」、「客戶利益」、「股東利益」，必須更加重視「社會利益」與「生態利益」。因此，歐萊德的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，2021 年產生之相關綠色投資金額約為一億零五百萬元，歷年累計相關投資總金額高達近五億八千餘萬元，無形中所產生的影響力逐步實踐歐萊德的經營理念，而最大的利益者則是我們的環境與生活在地球上的所有人。

註：「環境會計又稱綠色會計，具備一套系統的方法，協助企業把投入在環保的努力，以客觀的數據呈現出來。」綠色會計，將企業以前沒有注意或重視的成本，利用會計帳呈現出來，讓數字說話，並且可以很快知道那裡需要改善，必須朝什麼方面努力。歐萊德自從 2014 年開始以綠色會計標準統計企業在環境保護的成本。(如表 1-3)

● 表 1-3 歐萊德 2021 年綠色投資總表

單位：新台幣元

支出項目	資本支出	經常支出	合計
企業營運成本 [1]	0	2,558,975	2,558,975
上下游關聯成本 [2]	0	90,321,565	90,321,565
管理活動成本 [3]	0	5,895,531	5,895,531
研究開發成本 [4]	0	5,459,971	5,459,971
社會活動成本 [5]	0	489,546	489,546
損失及補救成本 [6]	0	0	0
規費稅捐等其他費用 [7]	0	569,850	569,850
合計	0	105,295,438	105,295,438

註：

[1] 污染預防支出、全球性環境保護支出、資源循環支出。

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

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

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

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

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

[7] 政府開徵空污、土污、水污、及其他規費。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(3) 公司內部環保政策

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

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

2021 年，透過教育訓練，讓各部門能針對 SDGs 進一步思考，以歐萊德角度能做什麼努力。我們跳脫組織架構，依任務性質進行跨部門、跨層級分組，創立組織編制外專案團隊。

在綠色永續發展委員會底下，以「實踐 SDGs」與「企業永續經營」為目的所設立的「零碳 Environment、關係人溝通 People、社會公益 Society」三個永續圈。各永續圈均設定目標，各自與特定「聯合國永續發展目標」(Sustainable Development Goals, SDGs) 相呼應，將全球永續發展議題納入公司治理與未來發展的重要政策依據及參考。（詳細 SDGs 對應作為請參閱本報告書 1.3 歐萊德與 SDGs）

1.2.3 綠色供應鏈

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

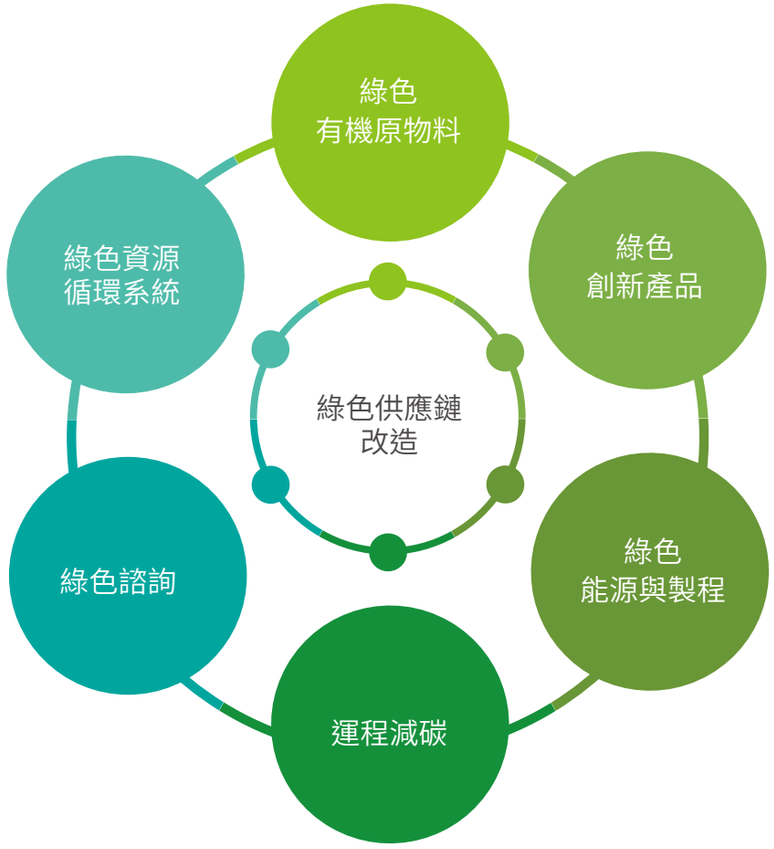


圖 1-11 歐萊德節能減排六大構面

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.3 歐萊德與 SDGs

1.3.1 融合 SDGs 的核心價值

聯合國永續發展目標已是全世界共同的語言，從國家到企業，乃至於個人都在審視能對此目標有什麼貢獻。本節針對歐萊德呼應 SDGs 的作為以及提升影響力的執行方法描述說明。

歐萊德將企業核心價值與聯合國永續發展目標相結合，各部門主管透過聯合國提出的永續發展目標，除了解地球目前的現況，也進一步思考以我們的角度能做什麼努力。

歐萊德聚焦 10 項永續發展目標作為努力的方向，希望透過歐萊德的力量，將我們的影響力發揮至無限的可能。

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。

1.3.2 SDGs 的實踐

歐萊德永續行動已對應到 SDGs 的 14 個目標，31 個子目標，甚至五大元素皆已囊括在內，實際對應作為條列於表 1-4 與圖 1-16。並且，檢視自我產業特性後，選擇 10 項 SDGs 目標聚焦發想更多能貢獻的空間 (圖 1-12)。



圖 1-12 歐萊德以「零碳」為目標，「綠色、永續、創新」為核心價值，透過綠色的產品與服務，兼具社會與生態利益，實踐 10 項聯合國永續發展目標



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 1-4 歐萊德呼應 SDGs 作為

社會議題	SDGs	歐萊德作為
既定守舊思維延宕綠化轉型		• 創新開發農產品經濟價值，榮獲全球 INCI 原料命名，並使用潔淨生產與高科技萃取技術，帶動永續消費市場。 • 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。
弱勢群體未能參與決策		• 公開主管行事曆，透過週報共享讓部門資訊透明公開，提高企業內部溝通效能。 • 不分層級跨單位組成永續圈，針對特定永續議題擬定解決方案。
大量人類死於化學物質		• 訂定綠色生活公約，全體員工實踐禁菸承諾，綠建築總部及周遭全面禁菸。 • 不鏽鋼排水管，以蒸汽取代溶劑消毒。 • 推動電動車使用，並提供免費充電服務，從源頭減少空氣汙染。 • 從未被發現有效物質的農產品研究，創新開發經濟價值，榮獲全球 INCI 原料命名。 • 主動揭露產品天然成份比，美國官方USDABiobased 生物基天然永續認證通過率達100%。 • 結合各方專家成立綠沙龍永續認證協會，推動沙龍場域永續管理。 • 設立植萃研發中心與「中央研究院」、「中山科學研究院」、「弘光科技大學」等研究單位共同以「台灣在地農產品」合作開發綠色原料。
水資源匱乏(缺水)		• 建置三大水資源回收系統，2021年廢水回收率已達99.43%，未來將朝向廠區零排廢的目標。 • 舉辦關燈、種樹、淨灘等CSR活動深化環境教育、也透過產品傳達綠色理念。 • 首創8 Free計畫，以農產品取代化學品，內料28天自然分解，友善環境與人體健康。
交通事故造成大量傷亡		推動行動辦公與行動支付，減少交通事故與通勤碳排。
全球流行疾病爆發(Covid-19)		開發純淨天然的防疫物資，幫助疫情控制的同時也不會破壞環境。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

社會議題	SDGs	歐萊德作為
男女不平等對待		• 透過 Hair Talk 策展活動呼籲重視女性心聲，促進性別平等。 • 為體恤身為父母的員工在照顧幼童時難免需要付出比較多的心力，特設置優於政府法令的育兒照顧假福利措施。
氣候變遷		• 加入 RE 100 倡議，承諾 2025 年前 100% 使用再生能源。 • 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。 • 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。 • 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。 • 透過關燈、種樹、淨灘等 CSR 活動進行環境教育、甚至透過產品來傳達環保理念。 • 於眾多國際會議上發表「綠色創新與永續責任」演說。 2011 年美國 APEC 中小企業會議；2013 年美國永續高峰會；2014 年聯合國亞太碳足跡會議；2018 年香港Cosmoprof 美容展；2018 年歐盟創新週演講；2018年創說年度演講大會；2018、2019 連續兩年義大利美容展；2019 年廣州橡塑大展設計論壇；2019 年新加坡 CSRwork 演講；2019年 COP25演講、2021 年 COP15全球生物多樣性、2021年 COP26全球氣候峰會演說。
氣候意識薄弱		• 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。 • 舉辦關燈、種樹、淨灘等 CSR 活動深化環境教育、也透過產品傳達綠色理念。 • 定期出版 It's O'right 電子報，報導全球最新永續資訊與趨勢，提升氣候變遷應變意識。 • 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。 • 經典案例列編學校教科書，啟發永續思維。 • 倡議校園廣設「氣候股長」，促使學生積極實踐氣候行動。
海洋遭受污染		• 珍惜萬物賦予回收資源新價值，使用海廢物品產製環保棧板與打造「Re 辦公室」。 • 舉辦關燈、種樹、淨灘等 CSR 活動深化環境教育、也透過產品傳達綠色理念。 • 建置三大水資源回收系統，2021年廢水回收率已達99.43%，未來將朝向廠區零排廢的目標。 • 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「全球第一支再生押頭」，並於 2018 年將全系列洗沐護商品採用。
廢棄物無法有效回收		• 產製全球第一瓶可溯源 100% 再生瓶、第一支再生押頭，為全亞第一獲德國 Cyclos 認證企業。 • 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。 • 訂定綠色供應鏈制度，與提供可分解、可回收，或可回收再製之物料廠商進行物料採購，致力減少廢棄物的產生。 • 珍惜萬物賦予回收資源新價值，使用海廢物品產製環保棧板與打造「Re 辦公室」。
偏鄉弱勢幼童缺乏環境教育		• 與外部單位合作進行「環境教育」，深入偏鄉照顧弱勢幼童，分享環境教育理念。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.3.3 以 SDGs 子目標為起點解決關鍵議題

歐萊德綠色永續發展委員會，於 2020 年設立了「零碳 Environment、關係人溝通 People、社會公益 Society」三個永續圈。藉由永續圈，也讓我們所有的圈員共同逐項檢視 SDGs 169 個子目標，並由下而上的提出符合我們企業職能的影響方案。

各圈所發展的議題，從專案發想到執行過程中均會以 SDGs 為依歸，所參與的人都會了解自己所參與的是聯合國永續發展目標的哪一部份，將以歐萊德以及各圈成員為出發點，讓每位同仁共同參與，將 SDGs 的精神落實。各個團隊在 2020 年完成多項專案，大幅提升我們的公司治理品質。
各圈專案分述如下：

a. 永續圈 - 零碳（零環境衝擊）：
碳足跡盤點的目的在於了解產品對環境的衝擊，因此「零碳永續圈」所指的「零碳」並不局限於「零碳排」，而是「零環境衝擊」。我們先從了解衝擊開始，作為永續圈團隊運作初始計畫，所提出的兩項年度專案均屬「環境衝擊盤點」。
選定 SDGs 第 6, 7, 11, 12, 14 個目標去發想企業職能所能發揮的作為，產出專案包括「加強提升綠色採購制度」，協助加強綠色原物料、事務性採購的辨識、自我把關。以及橫跨「運籌生產」與「環境安全」團隊，密切討論下共同建立優化「用水平衡圖」，幫助提升廠內水資源的管控。透過水平衡制度的建立，找出用水量大的地方或平日沒注意到的地方，並提出節水的方案，與去年的用水量相比減少 10% 的用水量。

b. 永續圈 - 關係人溝通：
關係人溝通永續圈，以取得最大化共識為目標，透過換位思考與各式媒介傳達準確訊息給予利害關係人。讓訊息的遞送不但準確，更能具有溫度，拉近我們與利害關係人之間的距離。
選定 SDGs 第 3、4、5、11、12、17 個目標去發想企業職能所能發揮的作為，2020 年執行專案包括透過短影片，讓感謝之意在利害關係人之間流動的「感謝鏈計畫」，與針對我們綠色供應鏈舉辦的「供應商大會」，讓供應商對歐萊德有更深層的認識，以及參觀新落成環境教育館。並且我們顛覆以往單向訊息傳遞的方式，改邀請與關係人「互動問答」，確切了解彼此資訊傳達的盲點，才能進一步針對溝通偏誤的訊息再強化傳遞。

c. 永續圈 - 社會公益：社會公益圈主要是為了全方位推廣綠色環境教育，增加與社會群體的互動，希望能透過我們的綠色影響力，完成社會永續的使命。
選 定 SDGs 第 1、2、3、4、5、8、9、10、14、16、17 個目標去發想企業職能所能發揮的作為，社會公益圈所規劃專案，從桃園在地的國小開始，執行「氣候股長」的推廣。包括校園聯繫、教案的規劃耗費許多人力與物力，我們默默的付出，只希望綠色永續的理念能從小朋友就開始扎根，等後續發芽茁壯的時候，當初的幼苗能產生更大的綠色影響力。



圖 1-13 SDGs 五大元素包括：地球 (Planet)、人類 (People)、繁榮 (Prosperity)、和平 (Peace)、合作 (Partnership) 。
註：對應作為請參閱表 1-4

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 1-5 歐萊德董事會組成

董事長 兼執行長	葛望平
董事	福井敏浩
	馨之妘庭投資股份有限公司 代表人：邱學景
	清河堂文創股份有限公司 代表人：張貴仁
	葛麗英
監察人	張小玲
	林建志、黃瑞婷

1.4 公司治理

1.4.1 公司治理

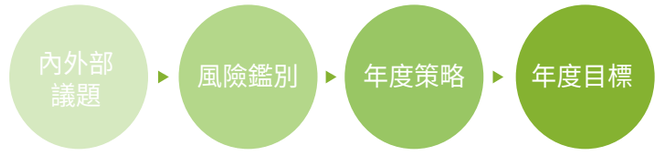
(一) 董事會組成

董事會主要責任是監督公司、揭露重要資訊。其二，維持公司經營，為股東創造最大利益。其三，決議重要事項，如資本支出、轉投資、發放股利等。最後，經營階層必須對董事會提出公司策略，董事會則需檢視該策略進展，適當調整。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。歐萊德董事會組成如表 1-5。

歐萊德國際股份有限公司由葛望平，邱學景，張貴仁三位股東合資創立，並作為董事會主要成員。董事會由 5 席董事以及 2 席監察人所組成，年齡皆為 50 歲以上；其中女性佔 29%，男性佔 71%。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，2021 年召開董事會的次數為 8 次，董事 (含監察人) 親自出席董事會的平均出席率為 98%。

(二) 風險管理

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。



● 圖 1-14 歐萊德風險管理流程圖

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.4.2 公司組成

(1) 組織架構

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

歐萊德的組織在調整後共分為三層單位，一層單位包含 1 個事業群、9 個中心、7 個處、5 個室；二層單位包含 33 個部、6 個行動辦公室、23 個體驗店、1 間實驗室；三層單位包含 7 個課，內部則設有 11 個委員會 / 小組 (詳見圖 1-15 歐萊德 2021 年組織圖)。



● 圖 1-15 歐萊德 2021 年組織圖

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 1-6 歐萊德委員會 / 小組 成立宗旨

歐萊德委員會 / 小組	相關性說明	成立日期	成立宗旨
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，整合場內ERP於操作上、管理上的系統問題，並定期舉行ERP小組會議，共同討論並制訂相對應的執行措施。
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	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。 勞工代表人數大於1/3以上
生物安全委員會	組織相關	2014/11/01	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，並設立生物安全官定期進行相關安全檢查，確保生物實驗安全。
勞資委員會*	組織相關	2014/8/12	為協調勞資關係、促進勞資合作、並防患各類勞工問題於未然。委員會之基本精神在於鼓勵勞資間自願性的諮商與合作，藉以增進企業內勞資雙方的溝通，減少對立衝突，使雙方凝聚共識，進而匯集眾人的智慧與潛能，共同為執行決議而努力。勞資會議制度的設計，係由勞資雙方同數代表舉行定期會議，利用提案與討論方式，以獲得多數代表同意之方案為決議，創造出勞資互利雙贏的遠景。勞方代表由全體勞工直接選出。
性騷擾防治委員會*	勞工相關	2014/08/08	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選出。
環境暨能源管理委員會	組織相關	2013/12/04	針對公司之能源使用進行管理以達成整體節電的用電效益與預期目標。
智慧財產評審委員會	組織相關	2013/09/11	為追蹤及查核智權相關績效，並針對員工提案進行商標、專利之申請。
綠色永續發展委員會	組織相關	2013/05/10	委員係由各部門主管擔任，針對綠色永續及節能減碳措施提出各部門建議，例如研發部門如何落實原料採購在地化並研發萃取技術；生產部門如何簡化製程以及減少能源浪費。
品牌暨新產品開發策略小組	組織相關	2009/06/22	負責設定產品開發大方向及擬定品牌行銷策略。
職工福利委員會*	勞工相關	2009/01/01	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。
勞工退休準備金監督委員會*	勞工相關	2001/09/28	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

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.4.3 氣候變遷風險評估與氣候行動

面對氣候風險事件，以大多數企業而言，還是被視為迎面衝來的灰犀牛，對可能造成的重大衝擊視而不見。而這次新冠疫情升高我們的危機意識，開始相信危機的存在，不但讓我們看見人類的脆弱與渺小，更重要的是快速且全面的加強應對突發危機的能力。

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

(1) 國際環保政策變動

IPCC 報告指出，地表溫度在「最近的三個十年」比自 1850 年以來的任何一個十年都溫暖。在北半球，1983-2012 年可能是過去 1,400 年來最暖的 30 年。

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

歐萊德 2021 年達成 2020 年度組織型碳中和，涵蓋了直接排放、間接排放及範疇三包括全產品從原料取得、製造生產、運輸銷售、消費者使用到廢棄回收，全面碳中和。在確證的過程中，盤點相關的排碳量，進一步擬定減碳計畫，降低我們的碳排放量。2022 年亦將持續推動。(詳細資訊可參考 2.3.3 章節)

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

A. 降低產品運送碳足跡

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

B. 降低產品使用的碳足跡

歐萊德並跳脫傳統思維，在所有同業皆在追求高效能、高利潤的產品設計時，我們改弦易轍的尋找天然替代原料。透過配方改良，且經過實驗證實，消費者使用產品後的洗淨與改良前配方有顯著差異，成功降低「消費者使用」碳排放量。透過「工業循環」系統，把用過的各種塑膠包材經由回收、分類、清洗、重熔，製成「PCR 再生塑料」（Post-Consumer Recycled Plastics），接著使用「再生料」製作再生瓶器，是一種消費用品回收再製有助減少使用新的石化原料。

C. 加入 RE 100 倡議活動

根據我國政府《再生能源發展條例》修法後之公告，除了針對用電大戶提升再生能源使用比例的義務之外，政府更提高 2025 年再生能源目標設定。歐萊德雖非用電大戶，但綠電的發展與使用勢必會成為未來的永續趨勢，而歐萊德早在 2018 年便意識到再生能源的重要性，開始規劃、建置太陽能及風力發電等綠能設備，甚至領先業界，響應 RE 100 倡議行動，目標於 2022 年實現 50% 的再生能源使用；2025 年更成為 100% 全面使用再生能源的企業。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



● 圖 1-16 歐萊德洗髮精全面採用 100%PCR 可溯源再生瓶器

(2) 極端氣候風險評估

減緩

A. 擬定減碳計劃

- 繼 2020 年歐萊德企業領先全球美妝達成碳中和之後，2021 年歐萊德經 SGS 查證，再次宣告達成組織型碳中和，涵蓋了直接排放、間接排放及範疇三包括全產品從原料取得、製造生產、運輸銷售、消費使用到廢棄回收，全面碳中和。
- 設定相當高的 1,500 元免運門檻，鼓勵消費者有計畫性的採購，減少來往交通的碳排放量。
- 以大容量包裝促銷，取代小容量產品銷售，鼓勵消費者大量採購，減少運輸次數與碳排。
- 選擇可回收氣泡袋等輕質包裝材料，節省商品運送重量降低碳排。
- 以天然來源原料取代石化原料，產品經 USDA Biobased 認證，使用生物循環的碳，是降低碳排的有效解決方案之一。不
- 僅長期以來持續申請國內外第三方機構之認證，做到真實揭露資訊，2020 年起全面綠色升級，全產品升級 Vegan(純素)配方。並長期持續申請國內外第三方機構之認證，做到資訊真實揭露。

B. 降低消費者 「使用」碳足跡

- 跳脫傳統思維，在同業皆在追求高效能、高利潤的產品設計時，我們改弦易轍的尋找天然替代原料。
- 透過配方改良，且經過實驗證實，消費者使用產品後的洗淨與改良前配方有顯著差異，成功降低「消費者使用」碳排放量。
- 歐萊德努力開發改良無須使用熱水也無須吹乾的「乾洗髮」產品，幫助「消費者碳排放量」再下降至極限。
- 洗髮精瓶身全面採用 100%PCR 消費用品回收再製。

C. 能源短缺風險

- 傳統能源使用量將越益稀少，面對高汙染的環境，能源成本將大幅提高，綠能設備肯定是未來趨勢。
- 2012 年歐萊德總部已建設太陽能與風力發電，2019 年再擴建增設 27.4kw 太陽能設備，減少使用「灰電」對環境造成的傷害，未來持續進行太陽能板增設的規劃，預計先在 2022 年達成 50% 的綠電使用，並在 2025 年達成 100% 綠電使用量。

調適

A. 海平面上升、水災與地震風險

- 總部位處於地勢較高龍潭地區，減少海平面上升所帶來衝擊。土壤屬卵礫石層及紅土層，並沒有液化現象，地質條件相對來說非常穩定，統計資料顯示，過去 40 年只有兩次規模 4.0 以上的地震。
- 客服同仁分散於全台各地，隨時可能因突發天然災害無法工作。為保障公司及員工的權利與義務，推行「行動辦公室計畫」，讓同仁可遠端就方便的地點照常工作，不受交通限制，
- 保持正常任務執行 (詳見 1.4.5) 。

B. 缺水乾旱風險

- 進行「水足跡盤查」，了解自身產品產製過程各階段耗水情況，進一步產出節省水資源的策略與作法。
- 廠區建置雨水、中水、廢水三大水資源回收系統 (詳見本報告書 2.1 章節) ，減少對自來水的依賴。
- 透過省水 65.5% 的腳踩水龍頭等省水設施，降低乾旱情況對營運造成的損害。

C. 法規變動風險

- 根據我國政府《再生能源發展條例》修法後之公告，除了針對用電大戶提升再生能源使用比例的義務之外，政府更提高 2025 年再生能源目標設定，未來再生能源的發展也可能進一步影響更多企業。
- 歐萊德早在 2018 年便意識到再生能源的重要性，開始規劃、建置太陽能及風力發電等綠能設備，更領先業界，響應 RE 100 倡議行動，目標於 2025 年成為 100% 全面使用再生能源的企業，大幅減緩氣候變遷造成的轉型風險。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.4.4 營運狀況

(1) 企業營運狀況

歐萊德的營業額自 2017-2021 年持續成長，且在 COVID-19 之疫情持續下仍於 2021 年成長了 8.7%。2021 年支付出資人與政府款項分別為 41,522,613 元及 26,582,205 元 (財務概況表請詳見表 1-7)

項目	營業收入 (成長率)	營業成本及費用 (成長率)	營業淨利	人事薪資	職工福利	政府補助收入	資產總計	保留盈餘
2017 年	438,198 (+23.69%)	385,302 (+23.6%)	52,896	134,533	1,544	• 台北市進出口公會 45 • 工研院 470 • 外貿協會 594 • 經濟部參展專案-香港亞太美容展 45	441,321	49,352
2018 年	553,624 (+26.34%)	469,719 (+21.91%)	83,905	177,877	3,329	• 2018 年瑞士日內瓦國際發明協會-國貿局 16 • 經濟部國貿局-台北進出國公會 40 • 行動支付補助款-第一期 1,560 • 107 年度企業人力資源提升計劃訓練補助 218	522,391	86,579
2019 年	552,666 (-0.17%)	484,992 (+3.25%)	67,673	174,357	3,387	• 亞太區美容展覽補助款(臺灣化粧品) 60 • 2019 動力與公用補助款-經濟部能源局 60 • 【義大利國際美容展】經濟部補助款 40 • 行動支付補助款-第二期 520 • 溫室氣體管理基金 401 專案 180 • 桃園市青年安薪就業讚方案僱用獎勵金 10 • 108 年度『充電起飛計畫-協助事業單位辦理在職訓練』183 • 經濟部工業局補助購買電動機車產品補助款 30	519,656	74,179
2020年	535,729 (-3.06%)	461,907 (-4.76%)	73,822	180,498	3,214	• 108 年度推動工作與生活平衡補助計畫 20 • 桃園市青年安薪就業讚方案僱用獎勵金 30 • 行動支付補助款-第三期 520 • 溫室氣體管理基金 401 專案 180 • One Touch 全自動智慧填裝技術開發補助款(第一期款) 950 • 經濟部嚴重特殊傳染性肺炎影響 4-6 月薪資補貼 12,278 • 經濟部嚴重特殊傳染性肺炎影響-營運資金補貼 2,850	543,910	94,878
2021年	582,416 (8.7%)	489,086 (5.88%)	93,330	181,873	3,437	• 109 年度「企業人力資源提升計畫」補助訓練費 73 • 桃園市青年安薪就業讚方案僱用獎勵金 50 • 109 年度推動工作與生活平衡補助計畫 26 • 台北市進出口商業同業公會 30 • 受嚴重特殊傳染肺炎影響之傳統產業創新研發計畫-One Touch 全自動智慧填裝技術開發補助款 950 • 經濟部商業服務業艱困事業營業衝擊補貼 11,000 • 110 年度『充電起飛計畫-協助事業單p立辦理在職訓練』補助訓練費 115 • 110 年度『青年就業旗艦計畫』48	598,658	140,760

● 表 1-7 歐萊德財務概況表 (單位：新台幣仟元)

註：[1] 推廣、管理及研發費用 資料來源：歐萊德 2021 年財務報表
[2] 支付出資人款項包含給付股東的股利、借款利息。
[3] 支付政府款項包含營業稅、所得稅、財產稅。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

歐萊德在 2021 年財務績效持續平穩，2021 年整體稅後盈餘為 86,512 仟元，營收較 2020 年小幅上升 8.7%。每股稅後盈餘（EPS）、資產報酬率（ROA）和股東權益報酬率（ROE）分別為 4.25 元、15%%及 25%。（財務資訊詳見表 1-8）

表 1-8 財務資訊 (單位：新台幣仟元)

議題	項目	2019年	2020年	2021年
經營能力	總資產	519,656	543,910	598,658
	股東權益	296,777	317,108	361,428
	營業收入	552,666	535,729	582,416
	本期淨利	52,403	67,978	86,512
獲利能力	資產報酬率	10%	13%	15%
	權益報酬率	17%	22%	25%
	每股盈餘EPS	2.57	3.34	4.25

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

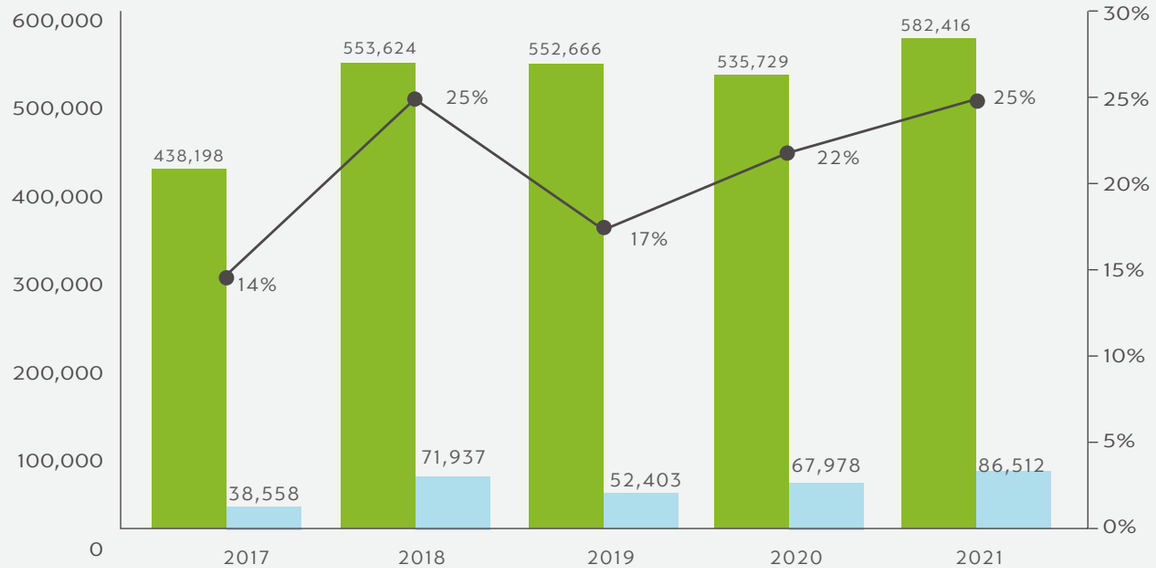


圖 1-17 財務資訊

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

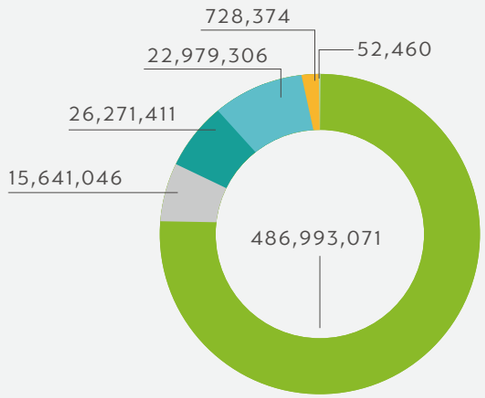
第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

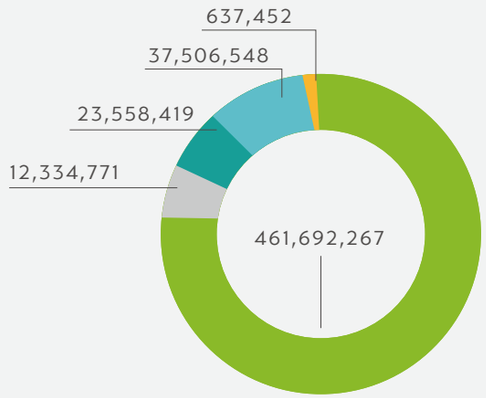
附錄

單位：新台幣元



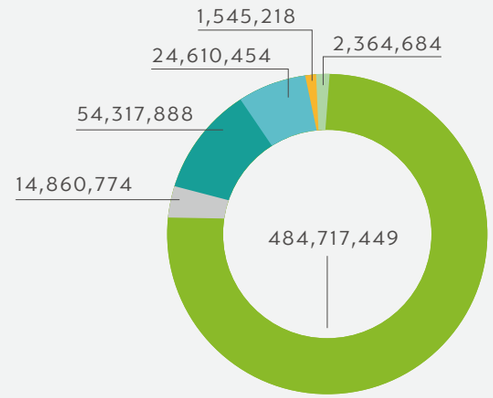
（台灣市場佔88.12%；國際市場佔11.88%）

圖 1-18 2019 年外銷比例



（台灣市場佔86.18%；國際市場佔13.82%）

圖 1-19 2020 年外銷比例



（台灣市場佔83.23%；國際市場佔16.77%）

圖 1-20 2021 年外銷比例

台灣　亞洲　中國香港　歐洲　美洲　非洲

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(2) 各業務單位營運狀況

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

(A) 台灣事業處 - 專業美髮沙龍業者

透過客服人員親自拜訪、開發新客戶並蒐集顧客資料；與顧客推廣品牌理念、產品形象及使用教學等資訊傳遞，除了提升品牌知名度，也是共同發揮歐萊德綠色影響力的最佳夥伴。

我們不定期邀請沙龍客戶一同參與活動。盼藉由綠色生活節、關燈、種樹、淨灘等 CSR 活動，將永續環保的品牌理念換化成生活實踐。

2018 年起更在極度傳統的美髮業中推廣使用行動支付，響應無紙化、落實節能減碳，幫助整體美髮業的提升，提升繳款的時效、便利性及安全性並降低風險，並且載入顧客訂貨相關資訊，提供顧客即時查閱明細，大幅減少紙張用量及郵資費用等。

自推廣起截止至 2021 年底，超商繳款筆數約 32,000 多筆，繳款金額總計約 2 億 6 千多萬元。



圖 1-21 透過 B 端與 C 端市場多通路經營

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(B) 國際事業處－全球通路市場

「零碳」是歐萊德的國際行銷之主軸，過去在國際市場的通路佈局上，承襲台灣以專業髮品通路之銷售策略，主要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，至 2021 年底為止，歐萊德產品已成功銷往 44 國家及地區，遍及歐洲、亞洲、中東、北美及大洋洲，在許多國際大城市裡，都可以見到歐萊德綠色髮妝品的蹤影。

2021 年簽下日本市場的總代理 b-ex Inc. b-ex，納入 O'right 的 ESG 精神與綠色意識給旗下的 70,000 家沙龍。

2021 (44 國)

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

歐洲區 (23 國): 奧地利、波蘭 , 荷蘭、比利時、德國、義大利、丹麥、保加利亞、瑞典、白俄、立陶宛、芬蘭、俄羅斯、羅馬尼亞、瑞士、列支敦士登、斯洛維尼亞、克羅埃西亞、蒙地內哥羅、賽爾維亞、波士尼亞、葡萄牙、英國

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

美洲區 (3 國): 美國、加拿大、智利

大洋洲 (2 國): 澳洲、紐西蘭



● 圖 1-22 歐萊德國際經銷網遍及全球 44 國

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(C) 電子商務處－網路平台終端消費者

歐萊德電商於 2014 年成立 O'right 官方購物平台，供客戶輕鬆選購優質綠色髮妝品，提升消費者購物之方便性。2016 年電商除了自有的官方購物平台外，開始拓展其他購物平台，並舉辦主題行銷活動，以爭取廣告版面的露出與曝光的機會，2018 年開始與 MOMO 購物網合作，多元化消費者產品購買平台，不但提升品牌能見度，也確保不會因內部系統維運而影響消費者購買產品權益。並於 2022 年於 MOMO 購物網成立全台第 1 家零碳美妝旗艦店，提供消費者更完整的零碳消費服務。

此外，電商部門獨立經營 FB 粉絲專頁「歐萊德 O' right Shop」、IG 帳號 「Oright_tw」及 Line 官方帳號「@ O'right 」，直接與 C 端消費者溝通，著重在品牌理念的推廣、產品介紹、銷售活動資訊傳遞，以及消費者的分享回饋等。不只提供消費者更多的選擇，也更拉進了與消費者的距離。

社群經營不僅只有銷售綠色髮品，更能推展綠色理念，期待消費者除了使用綠色產品帶來健康外，也能夠擁有綠色環保的理念，進而影響身邊的人，一同加入綠色環保行列，為地球盡一份心力。

O'right官方購物網站	MOMO 購物網	PCHOME 24h購物
蝦皮商城	博客來	YAHOO 購物中心

● 圖 1-23 歐萊德電子購物平台



● 圖 1-24 歐萊德官方購物網站提供多樣商品選購，並標註永續成份比，讓消費者買得安心

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(D) 百貨體驗館－全台百貨與直營門市提供商品體驗服務

為擴展品牌影響力，歐萊德於 2016 年開始籌畫百貨體驗店，所有專櫃門市均是我們的宣傳種子，傳遞品牌理念的媒介，因此每間體驗店均具備獨特風格的裝潢設計，體現歐萊德永續教育精神。

除了讓消費者直接體驗完整全系列產品的健康、天然的優質選購環境外，我們在體驗館現場更提供專業髮膚諮詢，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。

由於消費者的接受度極高，截至 2021 年為止全台總計 23 處百貨體驗館（O'right Concept Store），將品牌帶到台灣各大特色、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；更囊括全台最受歡迎的各大百貨。

至 2021 年底，歐萊德百貨體驗店廣佈於西部各大主要城市據點，於六大直轄市內都可以見到歐萊德綠色髮妝品的蹤影。

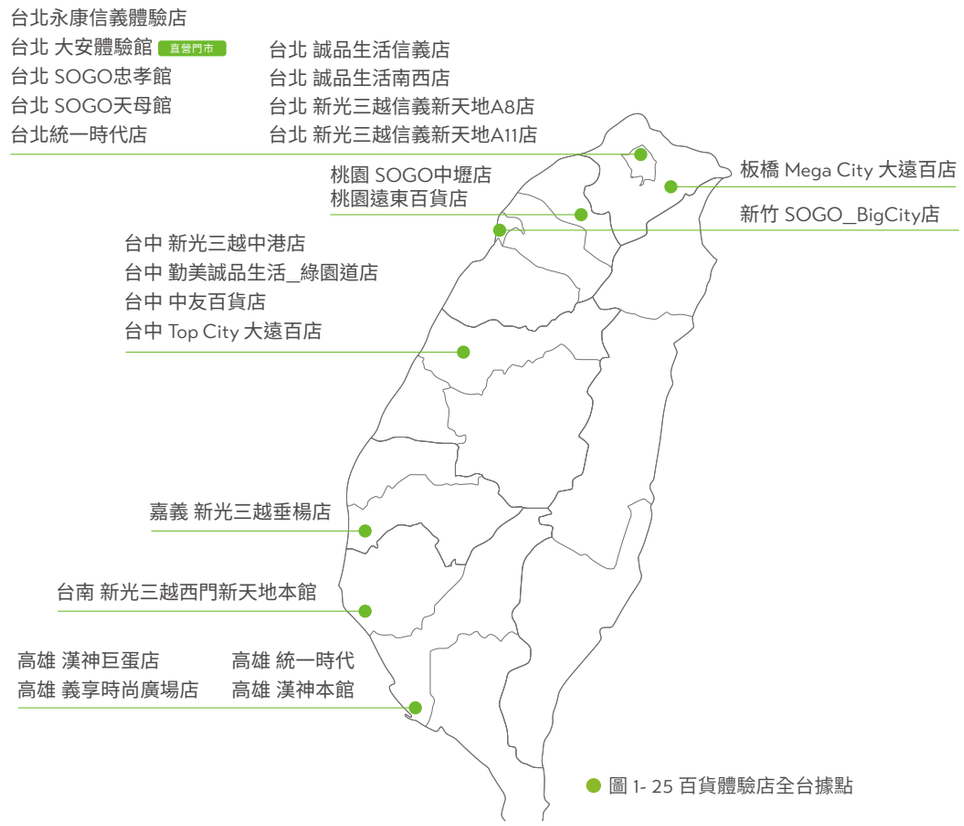


圖 1- 25 百貨體驗店全台據點

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

台北永康信義體驗店介紹

O'right 歐萊德為全球第一個實踐全面循環經濟的綠色永續美妝領導品牌，致力提供零環境衝擊的零碳產品，推出「±R 計畫」完美演繹永續循環精神，首家 ±R 計畫概念店「台北永康信義體驗店」，選在世界環境日 2021/6/5 正式亮相。

台北永康信義體驗店獨家引進符合 GMP 規範食品級充填機「R 機器」，可放入 100% PCR（Post Consumer Recycled）再生塑膠材質製成的「R-Bottle」，經 100° C 蒸氣式高溫殺菌，全氣密自動化氮氣充填洗髮精，充填過程無塵、無汙染、全自動不經人手，解決大眾對於實體零售裸裝商店的法規與安全的疑慮。為感謝消費者為環境盡心力，名為「Mr. Right」的機械手臂在作業過程中會隨著音樂趣味起舞。

永續巧思不僅體現在所有產品上，也徹底地與整間店融合，店招牌採用 RePET 環保材質，由 2,058 支回收寶特瓶製成，兼具塑料和木材的性能優點，100%循環再生。O'right 歐萊德期望前來台北永康信義體驗店的顧客能以沈浸式體驗「零碳消費即生活」，並將尊重萬物的意識帶到各自的生活中，增加對自然萬物的尊重、減少身體與環境的負擔。



圖 1- 26 台北永康信義體驗店

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair 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「It's O'right 綠色生活家」電子報，討論許多環保專題及綠色議題，也提供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。

為提升產品品質與顧客滿意度，我們特訂定下列措施，提升顧客服務：

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。

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。

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。



● 圖 1-27 銷售服務人員訓練課程

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



圖 1-34 銷售人員服務情境

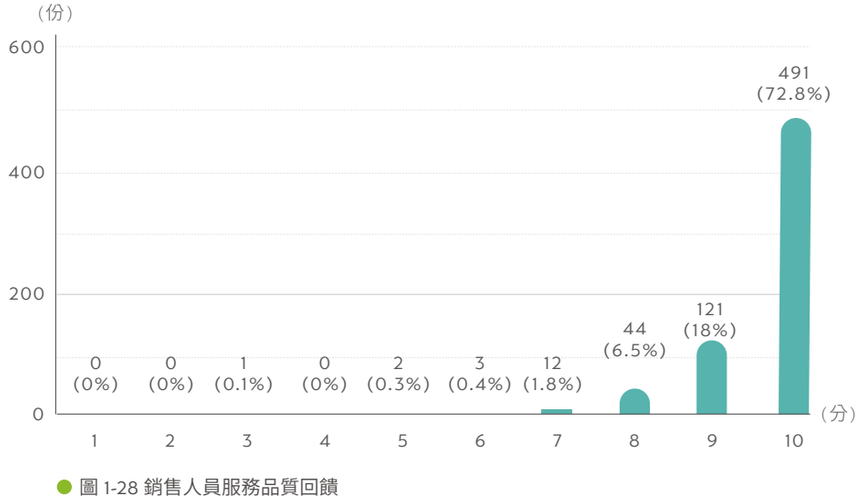


圖 1-28 銷售人員服務品質回饋

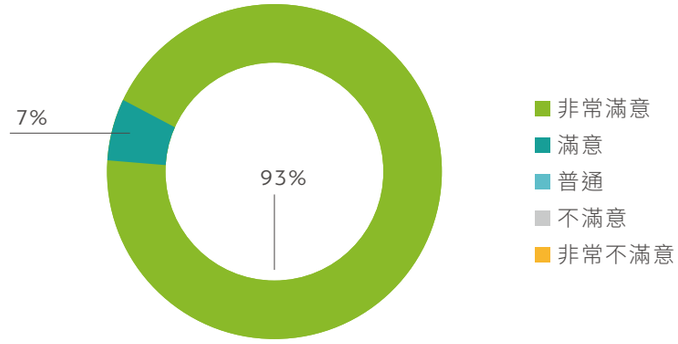


圖 1-29 銷售人員服務品質回饋 (親和力 / 溝通力 / 熱情力)

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹

1.2 理念與政策

1.3 歐萊德與 SDGs

1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(E) 企業暨新通路事業處通路合作部

除了沙龍、國際、電商、百貨等通路外，亦以提供品牌合作服務來開創另一種面向的綠色版圖。近年來伴隨環保概念的推廣與旅遊風氣的盛行，綠色住宿逐漸成為飯店所追尋的方向，歐萊德企業暨新通路事業處也逐漸轉型，以透過自然、純淨、環保理念與綠色旅行概念結合，積極進行飯店、民宿、產後護理之家、SPA 會館、健身房、藥局藥粧、質感超市的紮根及推廣。

歐萊德已成功與 46 間飯店、62 間民宿、19 間產後護理之家、6 間 SPA 會館、8 間健身房，共 144 間進行合作，比 2020 年底統計合作店數減少了 8 間 (因受到疫情關係 2021 年期間客戶未交易)，將歐萊德綠色備品融入旅行及生活中，期望把環境永續的概念傳遞給更多來自世界各地的旅人，讓更多人一同為我們生活的土地努力。因為綠，不僅是一種色感傳達，更是一種生活態度！

另外，隨著線上平台的新起 我們也發展出新的合作模式”新零售”，於 2021 年起，我們結合了網紅、KOL(關鍵意見領袖)、KOC(關鍵意見消費者) 等意見領袖們，在推廣綠色永續並提升自我品牌的同時，瞬間串聯綠色永續消費鏈，讓更多人透過意見領袖們分享、引導使用綠色永續相關產品，讓消費者使用的同時，為我們的地球永續共同盡一分心力，也順帶把環保、永續等理念，傳遞給綠色消費鏈的使用者。

(a) 合作飯店：

馥裕商旅、六福莊、享沐時光、臺邦商旅、蘭桂坊花園酒店、川湯春天、第五大道、愛麗絲國際大飯店、水雲端、三富農場、艾菲爾人文旅店、台中福華飯店、亮點旅店、二八樹巷、遠雄海洋公園、匯聚、遠雄悅樂、名達、想窩、仙湖農場、歸地灣旅棧、龜地灣、道達、艸祭 Book inn、渴望會館、古根文旅、新景宏渡假村、中欣商務精品飯店、品沐、龍雲農場、元湯溫泉居、慶瑞、兩腳詩集、耳東冠月精品旅館、假期旅店、儷晶飯店、艾米利亞渡假會館、路得行旅、楓の微笑會館、和風、理想大地…等巷、舒蘭精品汽車旅館、龜地灣旅棧、臺邦商旅、璞樹文旅、亮點旅店、水雲端、揚悅、芳心好美、樂悅飯店、海洋途徑潛水旅店、耳東旅館、享沐時光莊園渡假酒店、川湯春天旗艦館、元湯溫泉居…等。

(b) 合作民宿：

卓也小屋、雲鄉山莊、泰美、時光輕旅、台灣潛水、天使不穿鞋、潮州奇遇、棕梠泉、五船、綻藍、Before、埔里 303、東海岸羊角邨、咾咕墩 . 綠果昔、富興、童趣 Hikids、MonJou 野奢露營莊園、馬廄、夏慕里 11 號、柴口岸 Chaikou Waterfro、吉野精棧、曲境、北山 35 號、金太陽花園、涵煙雅舍、藍氣球、薇拉、樂客背包旅棧、台悠丸作、咩咩不是羊、U+U 加倍遊、南海雅築、日好青旅、可吉家、泡泡森林、香香森林、禾樂號、Gold Home、藍水軒、35 A-Li、花羨花宅、夏日澄藍、洛夫特、Lagom Inn、小琉球夏琉、首瓦、BNB、Eureka 露營車、山春花繪本、島中央…等。

(c) 合作產後護理之家：

安育產後護理之家、必樂芙產後護理之家、安馨產後護理之家、喜多寶後護理之家、百悅產後護理之家、寶來產後護理之家、麗馨國際產後護理之家、晨昕產後護理之家、尚順產後護理之家、迎馨產後護理之家、新禾產後護理之家、藍田貝兒產後護理之家、馨天地產後護理之家、育生產後護理之家、御兒信義產後護理之家、艾爾維爾產後護理之家、佑家產後護理之家、愛兒麗產後護理之家、順風產後護理之家…等。

(d) 合作 SPA 會館：

北投老爺、韻田 spa 、SANADU、綠禾靜園身心靈 spa 、采雍時尚 SPA、輕盈 SPA 等。

(e) 合作健身房：

三環、艾克緹、Dr.Balance、WhosayFit 健身工作室、Wonder Gym、Kfree、IZO 健康會館。

(f) 福委會 / 企業員購：

中華開發金控、中衛發展中心、國泰金控、富邦銀行、大豐環保、大璀企業、香港商立德、永豐金控、遠見天下、SGS、南山、學鼎生技…. 等。

(g) 品牌合作：

玉山銀行、家樂福、早安健康。

(h) 藥局藥妝通路：

大樹醫藥股份有限公司、聯新國際醫院 - 活力元氣館 (藥局)、元冠大藥局。

(i)(i) 新零售：

紳寶、矮房子、雅司、拓普闐、可可時尚、喜福創意…等合作業者。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

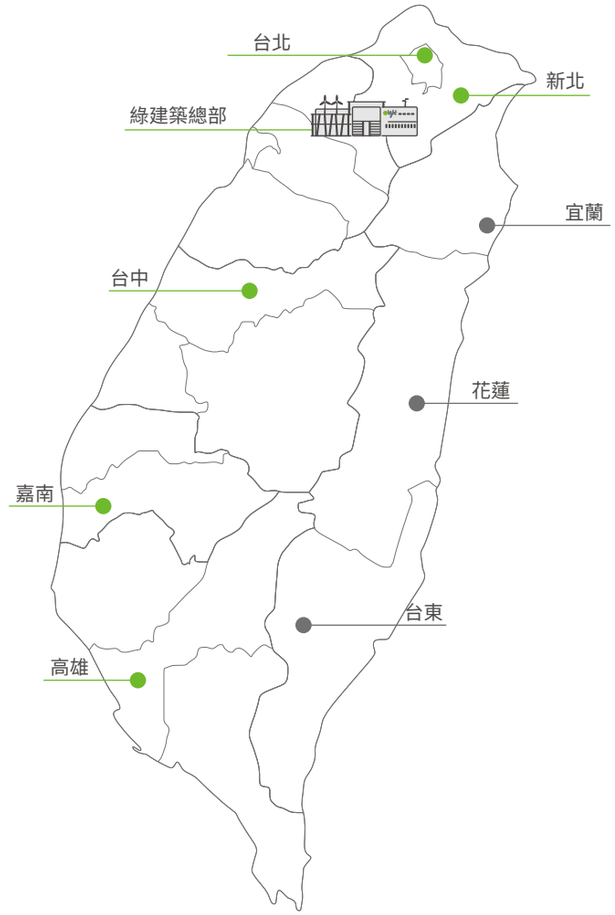


圖 1-30 歐萊德行動辦公室

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

1.4.5 客戶服務

2012 年開始將公司綠色永續價值深植客戶心中，讓客戶體會歐萊德不只銷售綠色髮品，更經由實際的服務行動推展綠色理念，期待客戶除了使用綠色產品帶來健康外，也能夠擁有綠色環保的理念，進而影響身邊的人，一同加入綠色環保行列，為地球盡一份心力。

我們相當注重維護客戶隱私，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問題而外洩。

此外，尚有下述具體作法，希望透過更優質服務提升品牌價值：

(一) 客服廣泛分佈

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

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

電子商務部份，配合網路的方便性與即時性，官方購物網及外部平台 24 小時不打烊，並可於指定客服時間內，於 FB 粉絲專頁、Line、e-mail、及電話…等提供客戶服務，對於商品有任何問題都可詢問。能快速為客戶解決問題，縮短我們與客戶的距離。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(二) 提供多樣服務

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

因為有綿密的服務網，才能提供如此多樣化的服務。歐萊德各地服務據點眾多，各客服單位轄區內皆有所屬客服人員，客服人員為同業之冠，約莫 40 位左右，讓每個地方都能有歐萊德專屬的客服人員提供服務。

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

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

(三) 綠色服務為主軸

歐萊德的客戶服務最特別的是，將零碳永續議題的宣導也視為我們對於消費者的責任，因此在溝通訊息中穿插了許多零碳永續資訊，提升消費者對於環保的概念。

為了加深服務廣度與深度，自 2021 年起發行品牌年報供全球的利害關係人參閱。另年年舉辦全球最大自發性公益減碳行動「Earth Hour 關燈一小時」，力邀歐萊德所有利害關係人共同參與，可說是全方位的客戶服務。



2021 Earth Hour地球一小時 不只自己 還要一起 為自然發聲

2021-Feb

近來世界大國紛紛訂出「零碳排」時程表，2020年底的《巴黎氣候協定》更呼籲各國政府以達成「碳中和」來因應氣候緊 [...]

more

● 圖 1-31 It's O'right 電子報

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(四) 完整客訴流程，傾聽客戶聲音

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

2015 年至 2021 年客訴率明顯下降，代表我們產品質量上更能符合客戶的需求並達到客戶的期待，獲得消費者青睞，也造成市場上非歐萊德正式經營販售的通路活絡度提高。因此而衍生出的消費者糾紛往往需要耗費更多人力進行溝通與處理，故人員服務案件數量增加。

而針對一般消費者欲反應問題，歐萊德也提供多元管道作為選擇，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，客訴案件數量皆呈現降低的現象，整體客訴比率下降正代表客戶對公司品牌認同度持續上升。

「發票開立通知」客訴一案

What - 事件經過：
2021 年 9 月，有消費者 PO 文，收到多筆其他人的「發票開立通知」
Why - 發生原因：
因應內部系統升級作業進行，因此舊資料清點作業，連動修復 2020 年度「發票開立通知」沒有成功寄送的信件，但是補寄的「通知信件」自動採用「群發」的選項，造成消費者連續收到多筆通知。
How - 處理方式：
1. 由客服人員親自致電消費者說明，說明並無個資洩漏，清除消費者疑慮。
2. 緊急發出通知信件，並同時寄送消費者正確相對性之發票開立通知。

Improvement - 改進作為：
加強排程之間的連動邏輯，以避免相似情況再次發生。

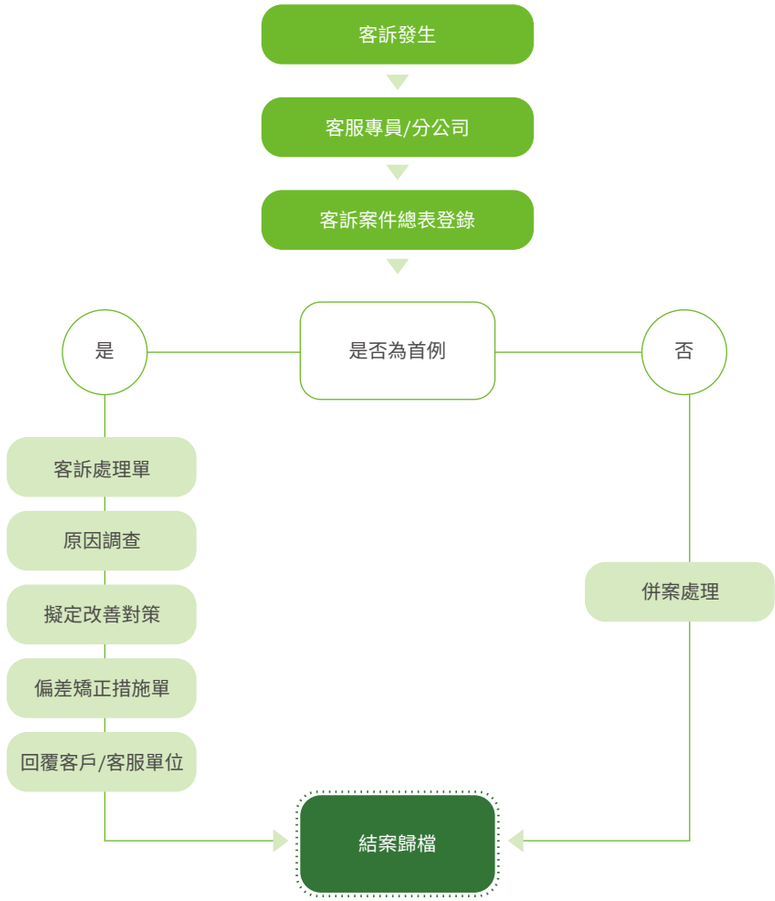


圖 1-32 客訴處理流程圖

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(五) 落實滿意度調查

歐萊德客戶滿意調查每年執行至少一次，調查內容面向包含品質、專業知識、配送服務、售後服務、整體滿意等問題。調查流程請參考圖 1-38「客戶滿意度調查流程」。

2021 年滿意度問卷仍針對各客服區域中，年交易下單較高的客戶 (沙龍店家) 作為對象，自 2012 年起，歐萊德每年確實執行客戶滿意度調查，截至 2021 年止已落實 9 年之久，為持續改善顧客滿意度將 KPI 目標分數自 75 分提高至 80 分，歷年滿意度如下方圖表，並持續加強客戶關係管理與客訴處理，及積極實施相關教育訓練。

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

(1) 針對主要獲取產品資訊的來源

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

(2) 針對客服人員於客訴處理的回覆

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

(3) 產品品質滿意度

- 落實客服人員之產品教育。
- 蒐集相關資料並定期回覆給品保單位。

(4) 產品種類是否符合需求

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

(5) 產品配送的正確性

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

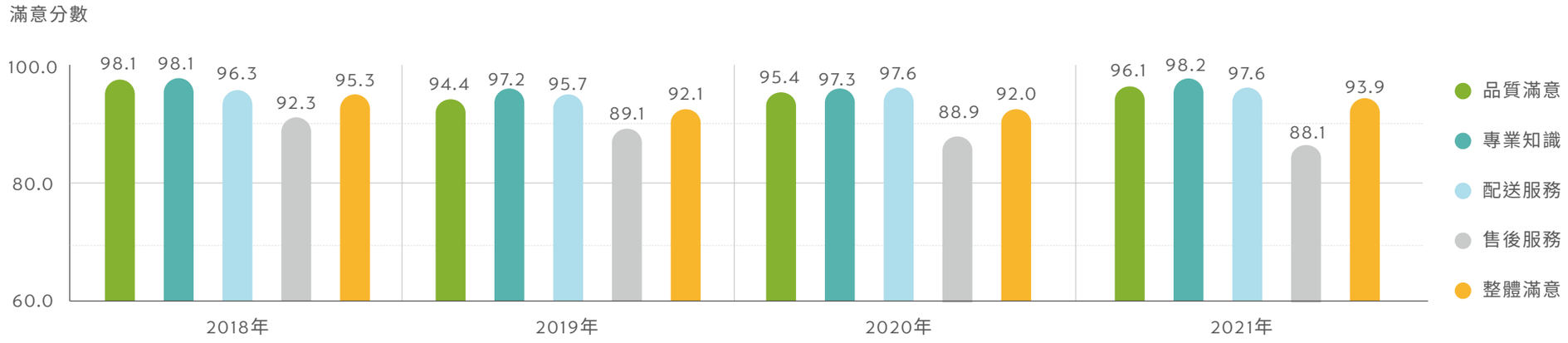


圖 1-33 沙龍專業處顧客滿意度調查

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

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，我們加強了下列措施：

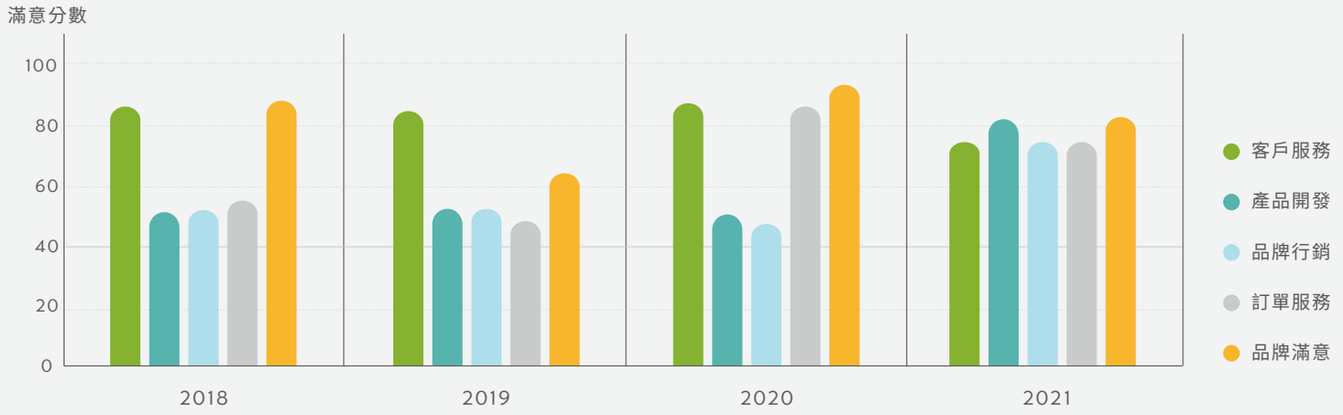
(1) 針對產品品質與資訊

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

(2) 針對行銷素材與規劃

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

圖 1- 34 國際 經銷商執行線上客戶滿意調查統計表



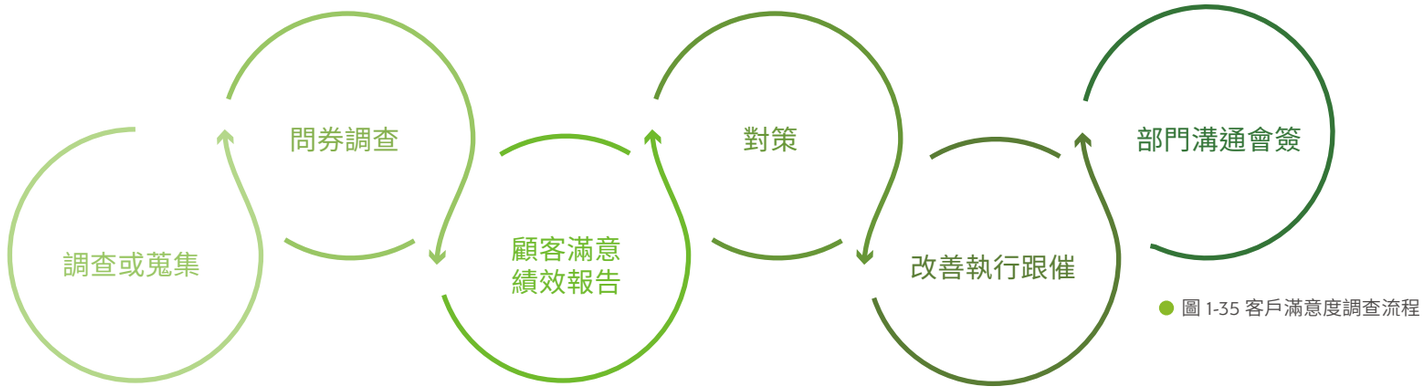


圖 1-35 客戶滿意度調查流程

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

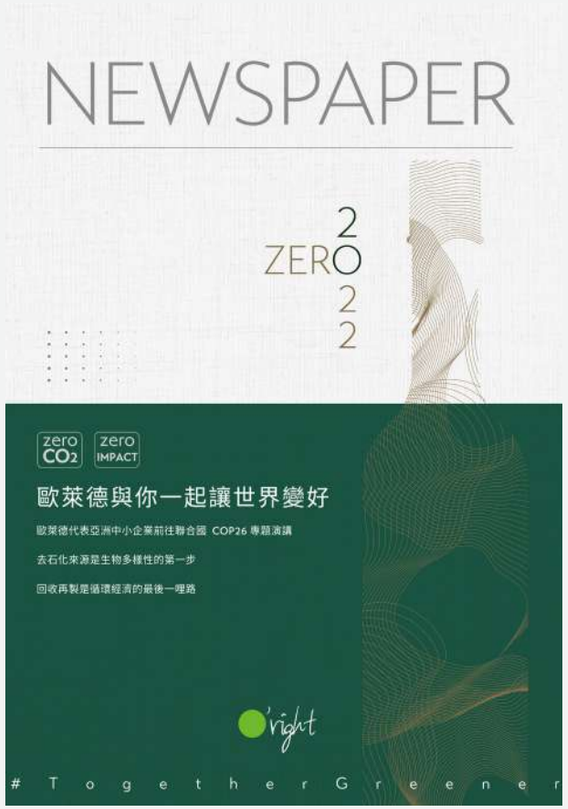
第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right







● 圖 1-36 發行 News papper

(六) 發行 NEWSPAPER，拉近距離，即時溝通

歐萊德與你一起讓世界變好

延續 2020 年的「全民讀報運動」，2021 年持續以文字、圖像方式統整過去一年的成效及未來的展望，及透過派報方式拉近公司與廠商、國際夥伴、消費者之間的距離，在閱讀品牌年報時能知曉歐萊德綠色經營模式中的里程碑。

2021 年更進行線上投票，讓粉絲來決定品牌年報封面。後續推出電子版與實體版兩種不同版本封面，將兩種感受呈現給所有利害關係人。

翻開 2022 歐萊德品牌年報，與我們一起邁向零碳 | TO Zero 。

「歐萊德源木牙膏」我們顛覆了百年配方！

歐萊德源木牙膏以天然成分精心研發製作，選用永續木粉的溫和潔淨取代傳統研磨劑帶來的傷害，增添 30 億個綠藻細胞維持清新口氣，搭配正確刷牙習慣，將牙膏從清潔品賦予口腔保養品的全新定位，同時兼顧友善環境責任，獲得 Good Design Gold Award 評審高度讚賞。並於 2021 年受邀到日本參與《未來之花見：TAIWAN HOUSE》設計展。

《未來之花見：TAIWAN HOUSE》是一場整合台灣設計的跨領域多元樣貌的展覽，以「花與祝福」為命題探索台灣，透過精彩的案例與嶄新的創作，表現台灣設計生態系多元協作的風采，帶領日本觀眾感受台灣更多面貌。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

1.1 歐萊德公司介紹
1.2 理念與政策
1.3 歐萊德與 SDGs
1.4 公司治理

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

1.4.6 法規遵循及行為準則

歐萊德公司為確保遵循法規，除密切關注自身主管法規化粧品衛生安全管理條例外，更導入多套 ISO 管理系統， 如 ISO50001_2018、ISO14001_2015、ISO22716_2007、ISO45001_2018、TIPS_2016 等，透過 ISO 管理系統的輔佐，得以鑑別其他與本公司相關之法規，如能源、環境、消防、安全衛生及智慧財產權等法規；同時 ISO 管理系統亦因鑑別與本公司相關之法規，得以訂立符合法規遵循之程序辦法，透過多套 ISO 管理系統執行法規遵循事宜。

歐萊德非常重視員工教育訓練，更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為期三日之基本教育訓練，訓練內容包含能源、環境、消防、安全衛生及智慧財產之課程；每年度亦按規劃委請外部講師至本公司講述進階課程及提供產業最新資訊，歐萊德不僅注重員工個人專業職能，更要求員工應了解各項基礎法規及遵循重點，在達成工作目標的同時，亦能時刻遵循法規。

為能於第一時間接收到主管機關食藥署佈達的化妝品法規或措施公告，我們也加入了美妝相關公會，並針對食藥署佈達之相關新法規與新措施召開會議，與公會成員間互相交流專業知識，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之協商管道。此外，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。

2021 年度我們持續改善管理作為，執行 ISO 管理系統之內稽內控、教育訓練增進專業領域深度、維持外部同業資訊交流等三大管理方針，藉以達成法規遵循，未有任何遭行政機關認定違反規定進而處以罰鍰之情事。

歐萊德所有產品研發（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，甚至為台灣第一家榮獲美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續 100% 認證，並經美國官方 Biobased 網站公告，以享有全球最具公信力的官方指標認證。

歐萊德產品不僅完全符合現行法規，更多次榮獲國內外大獎的殊榮，外銷四十餘國，甚至受到政府公部門與總統表揚，證明歐萊德產製的綠色產品已具備世界領導地位。未來，我們將把心力投注在更高的格局，讓世界一起更美好。



● 圖 1-37 歐萊德以認證為師，透過眾多綠色、品質管理認證逐漸綠化並提升品質

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

02

第二章 綠色生產與創新產品

Green Manufacturing and Innovative Products

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

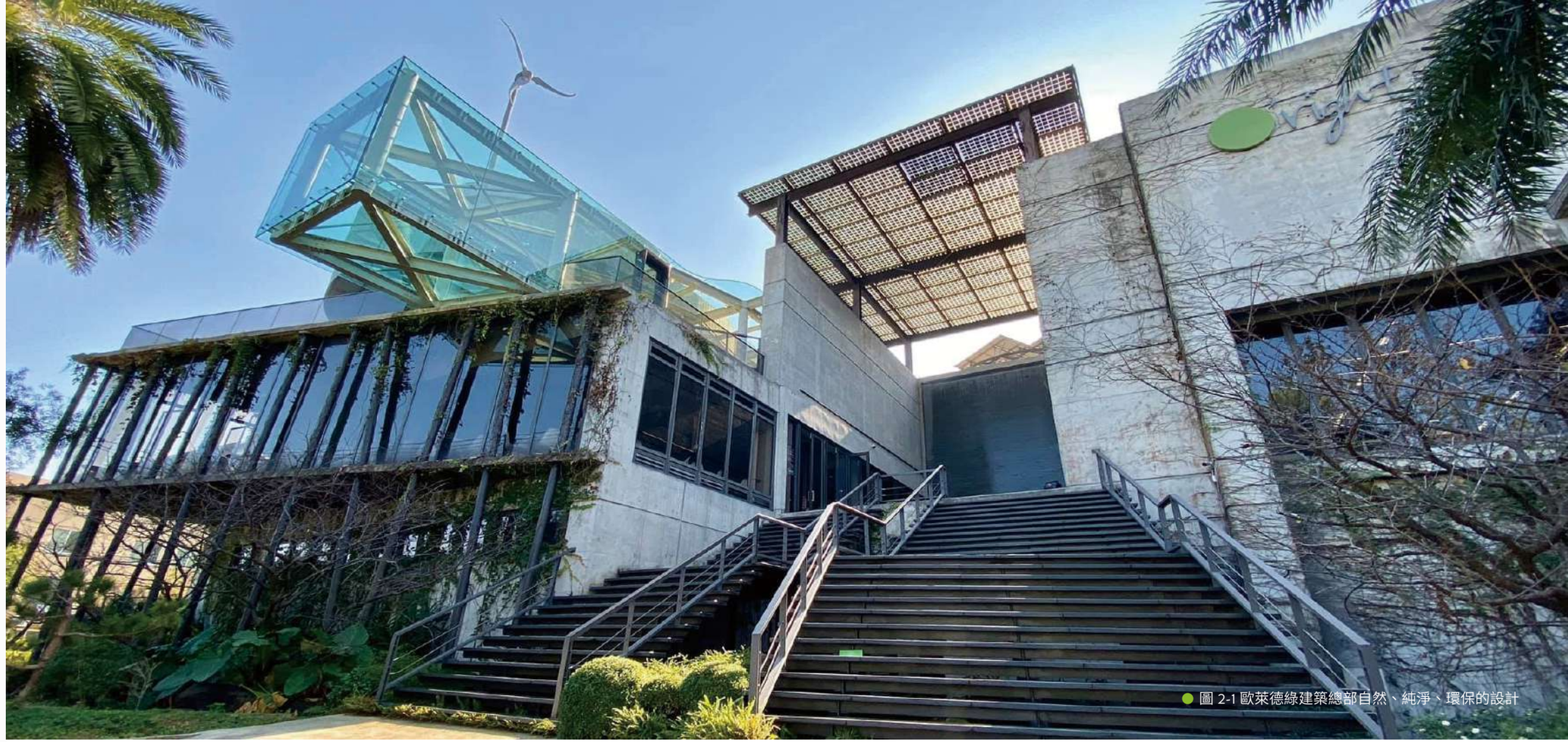


圖 2-1 歐萊德綠建築總部自然、純淨、環保的設計

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

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

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

綠建築總部的環保也充分反映在年度水、電的總使用量，節電成效如表 2-1。

● 表 2-1 歐萊德綠建築總部耗電量比較表[1]

工廠	綠建築總部			
年份	2018年	2019年	2020年	2021年
坪數	1,500坪	1,500坪	1,500坪	1,500坪
總耗電量 (kWh)	439,577	430,480	417,830	437,880
每坪年用電量 (kWh)	293.051	286.987	278.907	291.92
綠建築總部的節電率 (%)	11.82%	13.65%	14.78%	13.79%
年投產量 (pcs)	1,551,819	2,487,733	2,083,868	1,745,346
環境控制	管制區及潔淨室	管制區及潔淨室	管制區及潔淨室	管制區及潔淨室
最大原料水淨度	8道淨水之超純水	8道淨水之超純水	8道淨水之超純水	8道淨水之超純水
管理系統程序	ISO9001 , GMP, ISO22716 , ISO50001, OHSAS18001 , ISO14001 ISO14064 , ISO17025 , TIPS	ISO9001, GMP, ISO22716, ISO50001, ISO45001, ISO14001,ISO14064, ISO17025,TIPS	ISO9001, GMP, ISO22716, ISO50001, ISO45001, ISO14001, ISO14064-1, ISO17025,TIPS	ISO9001, GMP, ISO22716, ISO50001, ISO45001, ISO14001, ISO14064-1, ISO17025,TIPS

註：綠建築總部節電率將以 2015 與 2016 兩年度 (共 24 個月) 平均耗電量為能源基線，逐年進行節電比較，（迴歸分析計算公式：8253.23544735369+ 製程數量 *0.159431972711897+ 外氣溫度 *886.487105692764+ 空調使用時間 *71.3404268688159）

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

歐萊德作為美妝產業，洗沐用品是公司最主要的產品之一，因此水對於我們是一項極為重要的水資源，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，同時公司亦致力於開發慕斯、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。

在水資源回收方面，100% 回收雨水與製程中水使用在生活、空調與澆灌等用水，不浪費任何寶貴水資源 (表 2-2)。並於 2018 年起開始執行「零排廢計畫」，經過澆灌設備調教及更換與源頭減廢，朝向廢水零排廢的目標努力，目前所有廢水已達可澆灌標準，並且廢水回收率逐年攀升，從 2019 年的 56.81 提升至 2021 年的 99.43%，「廢水零排放」的目標指日可待！

● 表 2-2 綠建築自來水用水量及回收再利用水量

年份	2019年	2020年	2021年
自來水用水量(噸)	6,487	6,677	6,262
用於生產之純水量(噸)	2,356	2,050	1,710.5
中水回收(噸)	2,397	2,676	2,670
廢水回收(噸)	696	1,116	1,926
再利用水(百分比)	47.68%	56.79%	73.40%
製程每單位使用水量(公升)	3.66	2.84	2.45
廢水回收率(百分比)	56.81%	79.49%	99.43%
廢水量度	1,225	1,404	1,937

* 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。
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



● 圖 2-2 廢水放流池 COD 值已達 50 以下

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2.1.1 自然 – 生態綠園區

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

(1) 綠化量指標

綠建築總部植物分佈既多且廣，計劃性種植讓綠樹富層次及美感：

A. 植樹量大：

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。這些樹種不但都是原生誘鳥樹種，高低不同的樹種分佈，也充份實踐生態複層的概念，對生態多樣性的維護，實功不可沒。

B. 植被多達 10,000 棵：

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

C. 綠色走廊：

直立式植物牆面積 47.5 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空氣清新機[2] 以及大片舒服自然的綠意。植物配合雨水及中水自動澆灌，每日二次，一次約二分鐘。走廊內另有三台互動式觸控螢幕，播放環保相關新聞及知識，讓訪客對環保有全面性概念。

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

D. 天空農場：

總部頂樓除太陽能板之外，另一個亮點便是鳥棲園。綠建築總部工程進行期間，歐萊德將原來生長於基地上的植物暫時移往他處，待完工後，再向荒野協會諮詢，讓這些植物「住」回他們原來的家，由於保有總部周遭原生鳥類棲息環境與場所，此處也因此命名為「鳥棲園」。

目前鳥棲園內的「綠色居民」已枝繁葉茂、熱鬧非常，計有海桐、白水木、春不老等 11 種植物 ，龍潭的多樣性植物風貌，就地重現於綠建築總部的屋頂。屋頂樓面並以卵石覆土取代了原本的混凝土。植物、綠地與水並用，有效降低溫室氣體排放，並協助地方適應氣候變化的影響，讓栽種植物使用地表水，以發揮自然灌溉的最大效益。

E. 有機香草園：

位於總部頂樓，在此栽種多種香草植物，可以供作員工及訪客沖泡飲用，如：芳香萬壽菊、迷迭香…等。

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

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



圖 2-3 歐萊德綠色植被



圖 2-4 綠色走廊



圖 2-5 天空農場



圖 2-6 有機香草園



圖 2-7 太陽能面板

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 2-3 歐萊德綠建築總部優於 EEWH 綠建築標準之項目

EEWH綠化指標	基準值	歐萊德實際值	超越幅度
綠化量指標	TCO_{2C}=250,920	TCO_{2C}=931,814	TCO_{2C}= 總CO2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	設計保水量2.48	為基準值的10.3倍
水資源指標	2.0	4.0	為基準值2倍

(2) 基地保水指標

建築的保水功能指的是將水保留在地底，避免直接流進公共排水設施。保水功能好的建築，可以降低公共排洪的負擔，也可以維持土壤的生態系統。歐萊德綠建築總部的基地面積為 2,788 m^2，可保水部分為 1,103 m^2，達 40 %。包含綠地、生態水池、雨水回收池、屋頂花園等，使得保水效率超越標準值達 10.3 倍。可滲透鋪面包括陰溝、水渠與河流等系統整合，發揮種植花木的角色，以利排水與保水。永續排水系統讓地表水暫時保留，並滲入地面，而不是被直接導入排水管。

(3) 水資源指標

- 廁所之便器、洗手台、淋浴等設施全數採用符合省水標章之器具。
- 三樓屋頂之集水收集面積達 1,123m^2，將落在建築物上面的雨水全面回收再利用。
- 創新使用三大水資源回收再利用系統，其中包括三個部份：

a. 雨水回收利用

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

b. 中水回收利用

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

c. 廢水處理

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

(4) 二氧化碳減量指標

本指標評估建物在建築過程中（不含設備）所產生的碳排放，因此建材的使用為重要評估標準，主要分為二項：結構輕量化及結構設計合理化。綠建築總部之碳排放值為 CCO_2=0.79，符合標準。
(所呈述資訊引用於歐萊德綠建築標章評定書)

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2.1.2 純淨 – 綠能製造中心

歐萊德使用綠色潔淨能源風力與太陽能自行發電製造產品，減少高耗能源使用。此綠色能源無法由歐萊德直接使用，必需先送至台灣電力公司再統一供電，2021 年共計產生 60,434kWh 電，自啟用至 2021 年底累計產生 514,463kWh 綠電，然而因太陽能模組破損，於 2021 年 12 月進行更換，故該年度相較於 2020 年產生綠電瓦數稍低。

● 表 2-4 歐萊德生產綠能表

年份	2019年	2020年	2021年
產生綠能	35,761 kWh	62,841 kWh	60,434 kWh

註：1kWh=1 度電 =3,600 千焦耳

為響應 RE100 政策，達到 100% 使用再生能源目標，2019 年再規劃設計自產自用綠電設備，容量

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

綠能生產區的重重把關杜絕任何可能的污染，也因此，相較於一般化妝品多使用高劑量化學防腐劑來保存產品[3]，歐萊德還是能做到只添加最低量防腐劑，保護消費者健康。綠能製造中心有七大綠色節能設計，分別詳述如下：

(1) 二大區域

A. 管制區：以指紋辨識系統管制人員進出，設置空氣門減少內外交叉污染。

B. 潔淨室：高科技生產區域，以極高的潔淨度要求讓產品品質更穩定，同時將防腐保存劑用量降至最低。

(2) 三大節能設計

A. PCW 製程降溫節能系統。

B. 外氣熱交換節能設置。

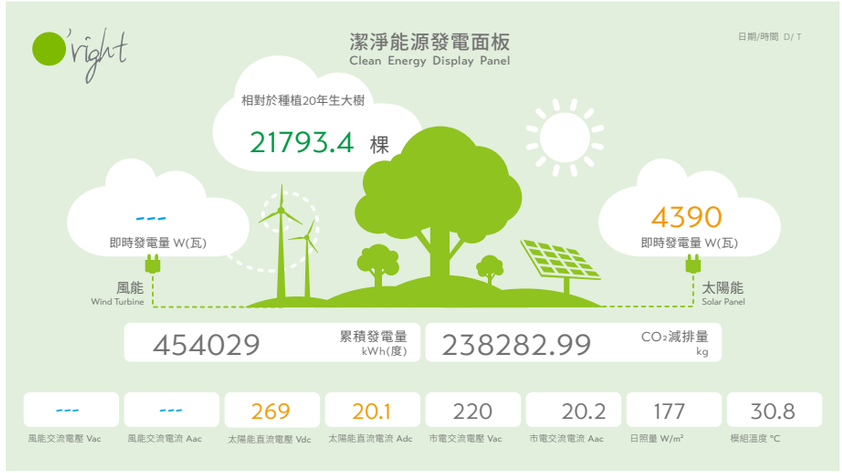
C. 半成品快速降溫節能設備設有冷熱交換器，可將半成品從 80° C°C°C迅速降溫至 25° C。快速降溫讓產品粒子更細，如同保養品一樣好吸收。

(3) 四種除菌方式

以四種嚴密而天然的殺菌方式徹底清潔生產設備機具及瓶器，確保產品不受污染。

其中包括有：紫外線殺菌、臭氧殺菌、蒸氣殺菌、酒精殺菌（有機玉米發酵製成的酒精殺菌）。

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



● 圖 2-8 將潔淨能源發電面板公開展示，兼具環境教育意義



● 圖 2-9 透過四種除菌方式減少細菌，降低防腐劑添加。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

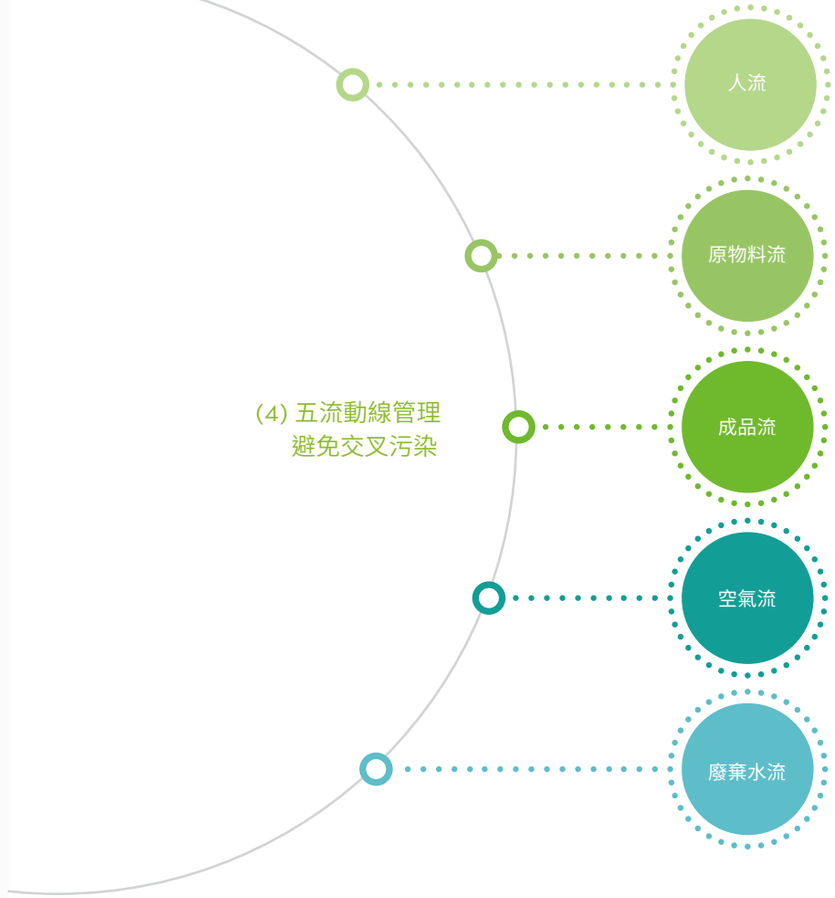
第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(4) 五流動線管理 避免交叉污染



人流：進入潔淨室需穿著無塵衣，並經設有互鎖裝置的塵浴室徹底除塵後才能進入。

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

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

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

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

圖 2-10 五流動線管理圖

(5) 六道潔淨緩衝處理



圖 2-11 六道清潔緩衝處理圖

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(6) 六組製造後廢水處理水池槽

歐萊德綠建築總部前方設有六組水池槽處理製造後廢水，產品製造後清洗設備所產生的廢水皆排放至此。經收集槽、調整槽、 pH 調整槽、接觸氧化池、緩衝池、放流池等程序後，廢水符合放流水排放標準再排至河流等自然水體，對環境不造成傷害。

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

排放水的部分法規規定排放標準為 COD 值 100 mg/L 以下 / pH 值需在 5-9 之間，不可過酸或過鹼。而歐萊德除每日執行自我監控，並委外由環保署認證檢測公司進行檢測，2021 年平均 COD 值為 43.05mg/L，低於現行法規規定值的一半，及 pH 值亦為中性，確保放流水質無任何環境衝擊。

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

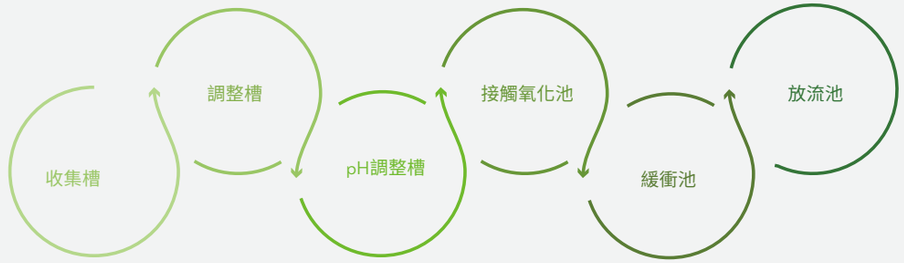
針對既有廢水處理設施再自主進行效能提升改善作業，整體改善內容，提升改善重點如下：

A. 加強處理槽體的防水能力，由原先的兩層增加至四層防水處理。

B. 加大處理槽體的量體，增加生物菌的作業時間，以獲得更佳的放流水品質。

C. 增加處理設施的溶氧量，以增加生物菌的存活率。

D. 將提升品質後的放流水用於植栽澆灌系統，以達資源循環再利用。



● 圖 2-12 六組製造後廢水處理水池槽圖



● 圖 2-13 廢水處理設施效能提升改善作業

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



(7) 八道程序製成超純水

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

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

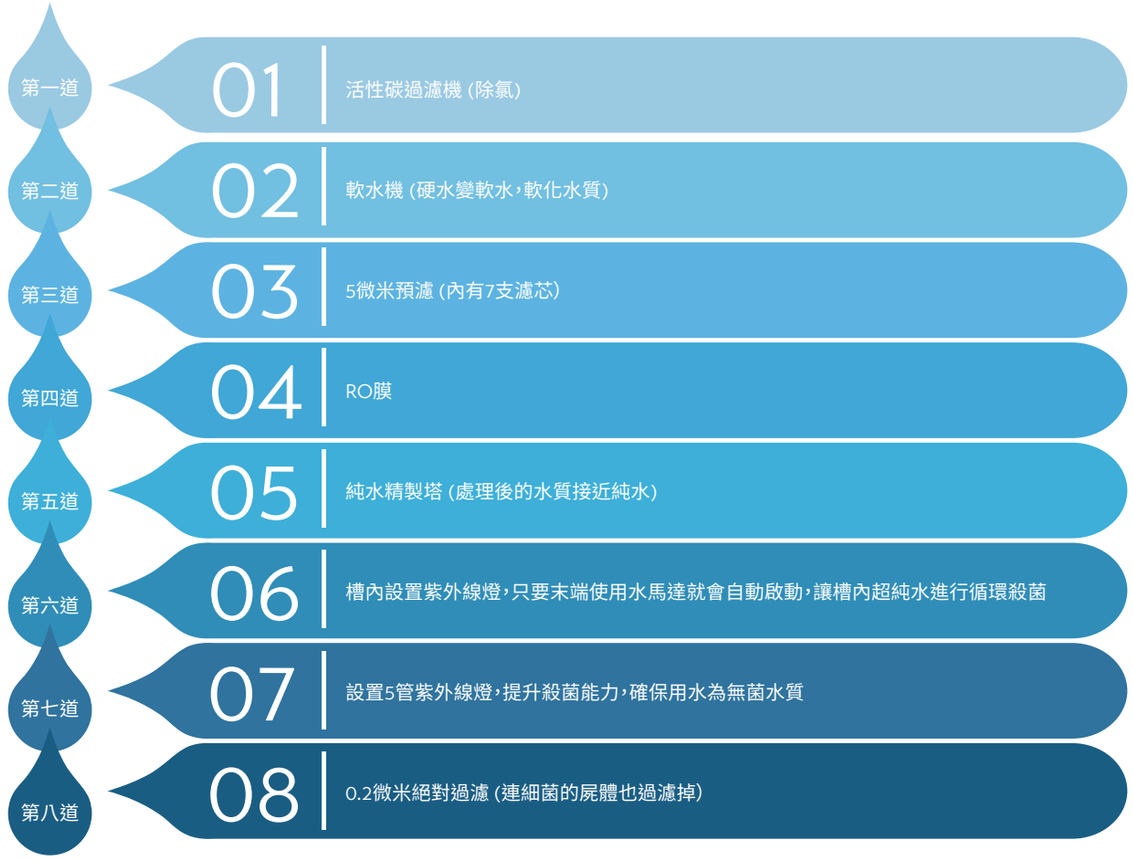


圖 2-14 八道程序製成超純水

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2.1.3 環保 – 低碳辦公室

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

(1) 低碳辦公室

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

A. 開放式辦公環境：可促進空氣流通，即使在炎炎夏日，也能達到較低體感溫度的效果，可有效減少空調需求，2021 年全年度開放冷氣時數僅 245.25 小時。

B. LED 燈具：本建築全廠區皆採用 LED 燈，以耗電功率及安裝數量推估，全年節電達 63,168kWh 電力 (約 227,404,800 千焦耳) 。

C. 全熱交換系統（Total Heat Exchanging System）及智慧型二氧化碳偵測器：辦公區天花板設有全熱交換及二氧化碳偵測系統，當室內空氣二氧化碳濃度超過 800ppm，全熱交換機便會啟動，將戶外的新鮮空氣送至室內，除維護同仁健康，也可減少冷氣使用量。

D. 分區節電系統：每張辦公桌皆配備一組節電系統，形同該張桌子的總電源，每天最後一位下班的同仁必需將總電源關閉，以節省不必要的待機耗電浪費。

E. 伸出簷：辦公區陽台的伸出簷設計，可減少外牆受到日照曝曬的時間，間接減少空調需求。

F. 相思木塊組合辦公桌：台灣原生種的相思樹為吸碳量最高的樹種之一，早期皆拿來做為電線桿之用，留下大量碎木塊。歐萊德請大溪的木造師傅以接榫工法打造這張美感與環保兼具的辦公桌，完全不用一根鐵釘，不僅將廢棄木料再次做精彩利用，也美化辦公空間，跳脫沈悶單調的傳統屏風隔間。

G. 使用台灣環保標章影印用紙：全面使用 80% 回收紙及節省森林資源；鼓勵同仁非正式文件，使用單面回收紙再次利用。

H. 文宣用紙使用 FSC 認證紙張：合法採伐與負責任管理的驗證紙漿，積極保護熱帶雨林及原始林；維護森林價值與生態平衡；高品質永續林木紙漿比回收紙漿更環保。

I. 使用 FSC 認證衛生紙：合法採伐與負責任管理的驗證紙漿，積極保護熱帶雨林及原始林；維護森林價值與生態平衡；高品質永續林木紙漿比回收紙漿更環保；可直接丟棄於便池內，降低固體廢棄物造成的環境污染。

J. 使用潔淨毛巾取代擦手紙：選擇可重覆利用的環保擦手巾，取代電力烘手機及傳統擦手紙。為大地保有綠色生機，大幅降低溫室氣體、空氣污染、水源污染和固體廢棄物造成的環境污染。

K. 使用抹布取代廚房紙巾：歐萊德落實節能減碳，採用由一瓶 600ml 的寶特瓶回收製造而成的環保抹布，取代由石化工業製成的纖維抹布。每一條環保抹布可減少 25.2g 二氧化碳排放、88.6ml 的用水量及 0.52ml 用油。



● 圖 2-15 低碳辦公室

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



● 圖 2-16 腳踩式水龍頭

感應式水龍頭	腳踏式水龍頭
每個水龍頭耗電量 5Wh/小時	每個水龍頭耗電量 0Wh/小時
40個水龍頭年度耗電量 1,752kWh/年	40個水龍頭年度耗電量 0kWh/年

● 表 2-5 腳踩式水龍頭節能成效表

註：1kWh=1 度電 =3,600 千焦耳

(2) 環保會議室

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

(3) 腳踩式水龍頭省水又節能

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

起初，我們本以為使用感應式水龍頭比較環保，然而感應式水龍頭 24 小時皆需運作，也就是員工下班後，水龍頭仍然處於耗電狀態。每個感應器的耗電量為 5 瓦／小時。
據此計算，40 個感應式水龍頭一年共需耗電 1,752kWh（40 個水龍頭 x 5 瓦 x 24 小時 x 365 天）。而實際上每天的工時僅八小時，一年工作天數也只有二百多天。由此可知感應器浪費的電源十分可觀 (如表 2- 5) 。

考慮到這一點，歐萊德改採腳踩系統控制出水。腳踩式系統和感應器的設置成本幾乎相同，但裝置完成後，腳踩式系統便不再需要任何電力，一年共節省約 170 萬瓦電力 (5 瓦 x40 個 x24 小時 x365 天＝ 1,752kWh) ，省水率更達 65.5% 。

(4) 希望大廳

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

從表 2-6 顯示的歐萊德綠建築總部節電成效分析，總部的碳排放總計減少 42 %，也就是說碳抑制率高達 58 %。要落實低碳，在建築上有幾個重點：(1) 有效減少建築物外殼的表面積，減少室內受自然氣候影響而增加能源用量；(2) 有效通風換氣，確保室內空氣的新鮮；(3) 屋頂有效隔熱，並在屋簷留置通氣口，使熱氣排出；(4) 有效運用高隔熱建材。而低碳辦公室全年超過三百天不需使用冷氣空調，在氣候潮濕悶熱的台灣，更是一項傲人的紀錄。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(5) 低碳辦公環境的節能省電成績，可從下列三大綠建築指標來看

A. 日常節能指標

空調減量：有效而全面的節能措施，在 2021 年僅 54 工作天啟用空調設備，經統計 2021 年總開啟空調時數約為 245.25 小時。空調主要集中在夏日，根據台電夏日電價期間 6 至 9 月計算，減掉例假日後，應開空調日數 88 日，以一般公司一天開啟空調 8 小時、60 噸冷氣冰水主機滿載耗電量計算， 全年共計省下 20,001.5 kWh 的電力。此省電成效相當於減少 10,040.75 公斤二氧化碳排放量 ，其碳排放抑制成效相當於種植 912 棵 20 年生大樹。

註：[1]20,001.5KWh*0.502 kgCO2e/kwh / 11Kg = 912 棵 20 年生大樹 (最新台電電力係數：0.502 kgCO2e/kwh；國際森林經營碳匯效益評析報告 : 平均一株 20 年生的樹木，一年約吸收 11 至 18 公斤二氧化碳。)

[2]1kWh=1 度電 =3,600 千焦耳。[3] 數據取自工業技術研究院流量檢測

B. 室內健康與環境指標

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

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

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

● 表 2-6 歐萊德空調節能成效表

	一般公司	歐萊德	歐萊德省電成效
2019年空調耗電量	28,950.4 kWh 43.6 x 8(小時) x 83(天)=28,950.4 kWh	6,540 kWh 43.6 x 150(小時)=6,540 kWh	77.41% 22,410.4 kWh 節電約77.41%
2020年空調耗電量	30,694.4 kWh 43.6 x 8(小時) x 88(天)=30,694.4 kWh	8,203.34 kWh 43.6 x 188.15(小時)=8,203.34 kWh	73% 22,491.06 kWh 節電約73%
2021年空調耗電量	30,694.4 kWh 43.6 x 8(小時) x 88(天)=30,694.4 kWh	10,692.9 kWh 43.6 x 245.25(小時)=10,692.9 kWh	65.16% 20001.5 kWh 節電約65.16%

註：1kWh=1 度電 =3,600 千焦耳。每小時空調耗電量為 43.6kw。

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

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

C. 污水與垃圾改善指標

歐萊德除了在產品、製程上不斷創新，致力成為綠色企業，同時環保理念也持續在同仁生活上實踐，透過減廢減塑，提高回收物的比例，落實環保理念。

a. 歐萊德設有事業廢棄物集中場專用空間：由合格業者清運垃圾及清洗垃圾集中場。

b. 由合格清運廠商清運到合格處理廠焚化處理：2021 年清運總量為 10.02 公噸，較去年減少 1.6%。資源回收 (含紙、鐵、塑膠、鋁) 為 11.67 公噸，較去年減少 26.37%。

c. 2021 年製程廢水經水處理設備處理量為 1,937 公噸，處理後 1,926 公噸使用植物澆灌，回收率達 99.43%。

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

e. 為了降低防腐劑添加，將用量降到可安全維護產品品質的最低標準，避免產品對環境的負面影響，歐萊德於 2016 年開始成為全台第一個以 ISO 11930 方法通過防腐效能認證的髮膚保養品公司。但也因為實驗室的運作，產出感染性事業廢棄物，目前處理方法均委交由合法廠商焚化處理，詳細資訊如表 2-7。

● 表 2-7 一般事業廢棄物年度比較表

事業廢棄物種類 (公噸)	2019年	2020年	2021年
回收物 (含紙、鐵、塑膠、鋁)	13.805	15.858	11.67
一般事業廢棄物清運總量	10.46	10.19	10.02
感染性廢棄物清運總量	0.469	0.474	0.494

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2.2 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。

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

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

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

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

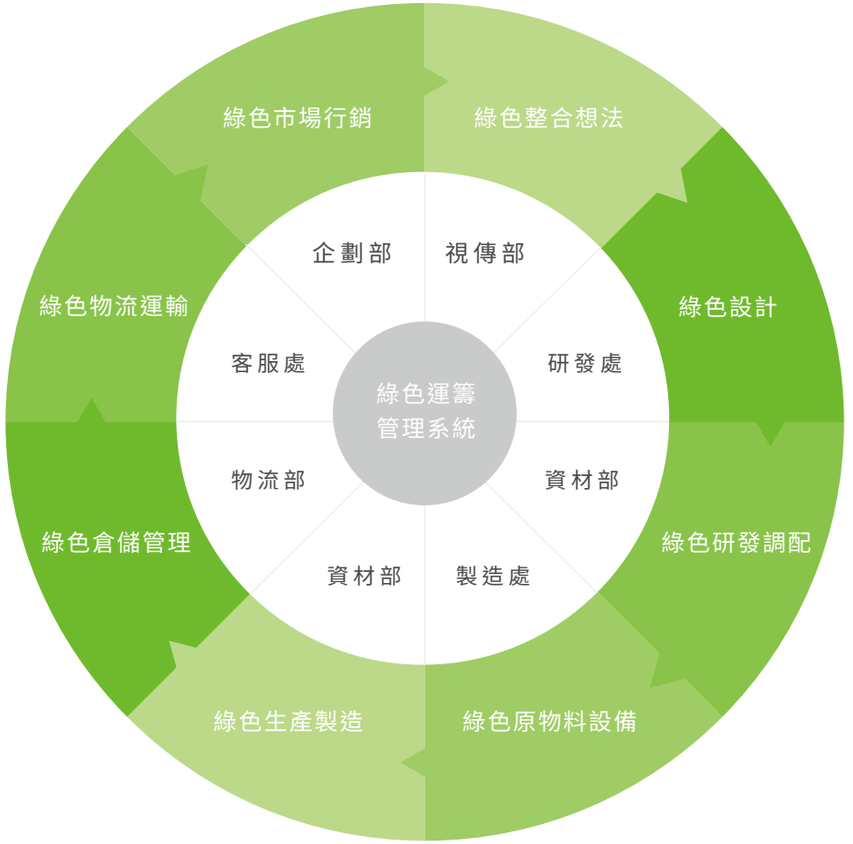
目前產品包括洗髮精、護髮素、護髮油、養髮液、造型品及肌膚保養品等一系列共 133 項專業環保美妝品。配方中盡可能選用永續來源的原料，替代傳統的高風險原料及石化原料，清晰標示產品中的永續來源成分百分比。彰顯為了健康和安全，在產品中使用高比例永續來源、低環境污染的高性能原料。

2020 年，藉由美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續認證通過的殊榮，除了肯定歐萊德「零碳目標」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。使用生物循環的碳，是降低碳排的有效解決方案之一。因為碳排放是影響未來人類生存的主要關鍵。歐萊德致力為地球減碳的付出，持續不斷領先全球。

不僅長期以來持續申請國內外第三方機構之認證，做到真實揭露資訊，更在 2018 年全面綠色升級原料友善配方，全產品逐步進化再升級 Vegan(純素)、Gluten-Free(無麩質)、Non-GMO(不含基因改造生物)。

歐萊德自 2011 年完成全球第一瓶碳中和洗髮精確證、2012 年打造全亞洲全亞洲唯一鑽石級低碳綠色工廠、2016 年再推出全世界第一瓶 100%%可溯源再生塑膠瓶洗髮精、2018 年創造全球首支再生塑膠押頭，成為亞洲第一家產品瓶身通過德國 Cyclos 公司再生塑料 EuCertPlast 認證的公司，在 2021 年度完成以溫室氣體盤查進行產品原物料採購、製造及銷售階段的排碳量計算，並取得碳中和確證。

這些都是為了降低產品生態循環的碳排放量，努力達到零環境衝擊，也就是零碳永續的企業目標。在關懷環境、動物、人類的同時，歐萊德希望能夠持續帶領美妝業者，打造來自台灣的綠色產品新價值。



● 圖 2-17 歐萊德綠色運籌管理系統



Non-GMO　無麩質　純素

● 圖 2-18 歐萊德升級友善配方

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2.2.1 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。歐萊德以「自然、純淨、環保」為理念，一直致力於提升產品內料永續成分的比例，能做到產品永續，歐萊德靠的是綠色創新研發，而非能言善道的代言人或廣告行銷。

「塑膠柔珠」有良好的去角質功效，但產品使用後就會變成「塑膠微粒」排入大自然，對環境造成負面影響，因此歐萊德從未使用此類成份製造產品，而是以天然被細緻研磨的檜木粉來取代，不但同時兼具吸附油脂及去除角質等產品功能性及永續價值，也不會傷害人體或對環境有負面衝擊。希望讓美妝業界及所有的消費者知道，在原料選用上，我們可以有更好、更綠的選擇。

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



● 圖 2-19 歐萊德產品與一般髮妝品成本分析圖



● 圖 2-20 歐萊德系列產品共有 133 項產品、功能及訴求多樣化

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



● 圖 2-21 從大自然提煉製作而成的綠色創新產品，最終又可回歸大自然，不對環境造成負擔

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(1) 歐萊德 8 Free

因為不斷地積極投入綠色研發，歐萊德的洗沐清潔、肌膚保養及頭皮護理產品已於 2012 年成功升級到 8 Free。8 Free 指的是歐萊德拒絕使用常見的 8 種有害物質，因此歐萊德已為髮型設計師、一般消費者及環境著想，提供健康而安全的選擇。

歐萊德全系列店販洗髮精、沐浴乳及養髮液皆不含環境荷爾蒙 Environmental Hormones(NP) 、對羥基苯甲酸酯類防腐劑 Parabens、甲醛 Formaldehyde、染色劑 Colourants、塑化劑 Phthalates、硫酸鹽類界面活性劑 Sulfate Surfactants、DEA 類增稠劑 Thickeners, DEA (Diethanolamine) 、環氧乙烷衍生物 EO (Ethylene Oxide) Derivatives 等八種高風險化學物質，更健康、更環保。圖 2-23 為歐萊德設計之 8 Free 海報，供美髮沙龍張貼於店內，讓消費者參考。

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

ANIMAL
WELFARE MATTERS

" 一個國家是否偉大、道德是否提升，
端看其人民如何對待動物 "- 一印度聖雄甘地

● 圖 2-22 歐萊德友善動物權益



● 圖 2-23 認識 8 Free 海報

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(2) 在地原料超臨界流體萃取

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

(3) 獨立研發實驗室

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

研發實驗室包含天然配方開發實驗室、台灣農產品萃取實驗室、化妝品功效驗證實驗室，領域涵蓋永續原料萃取、綠色配方開發、產品功效驗證的完整研發面向，致力研發改善化妝品對健康和安全的衝擊。

化妝品功效驗證實驗室經 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. 天然配方開發實驗室：

積極尋找並嘗試各種天然、有機、對環境永續的原料，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。

至 2021 年底，歐萊德產品已有 60 項產品及 3 項原料，獲得美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續認證，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，也透過認證，肯定了長期以來對綠色產品的堅持。

b. 台灣農產品萃取實驗室：

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

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



圖 2-24 歐萊德獨立研發實驗室

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 2-25 以超臨界、超音波萃取農產品有效成份

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

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

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

I. 安全性高 – 無毒性、具有較高的生物安全性。
II. 符合環保 3R 標準 – 具備 Reduce—節約能源，減少污染；Reuse—重覆使用，多次利用；Recycle—永續資源，循環回收理念。
III. 友善環境 – 使用二氧化碳為環境系統中原有物質，不對環境產生干擾。
IV. 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。

c. 化妝品功效驗證實驗室 :

分析及確認植物萃取物的活性成分，測試產品的安全性以及功效，並檢測綠色配方的安定性及配方的防腐效能。其中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。

(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。

(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。(一般化妝品公司少見自行設置此類等級實驗室) 此檢測一般稱為挑戰性試驗或防腐效能試驗，與一般微生物實驗室 (BSL-1) 相較而言，此實驗室之進行須由具備對病原處理有特別訓練之專業人員操作，且某些操作必須在生物安全櫃〔 Class I 或 II 〕或其他隔離設施中進行。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(4) 研發緣由及研發成果

A. 防腐劑升級

2013 年，與工業技術研究院生醫與醫材研究所開始進行產學合作案，並啟動各項研發能量盤點。也同時讓我們釐清未來再精進的方向及目標。2014 年再次合作時，再強化了綠色產品開發的廣度及深度，共同執行「化妝品無防腐劑添加之劑型開發」計劃，開發不含甲醛釋放、Paraben 及 MI/MCI 等防腐體系、甚至無防腐添加之新劑型，並導入防腐挑戰測試技術，建立 P2 實驗室及 ISO17025 認證，持續進行安全防腐配方的開發研究。配方已通過開發防腐挑戰測試，為外銷市場 (如歐盟成員國) 一重要指標。經過多年的努力，歐萊德全系列產品已完全升級不含 MI 防腐劑成份。

B. 咖啡殼研究

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

我們亦透過將咖啡殼以超音波萃取技術提取出天然的毛髮生長因子「咖啡因」，加入養髮液內料中。安全有效的產品，不但讓消費者青睞，回購率高達 90%。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。

C. 枸杞根研究

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

枸杞根的研究進一步開發為「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最終消費者獲得最安全最綠色的產品。

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



● 圖 2-26 以超臨界、超音波萃取農產品有效成份

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

D. 歐萊德源木牙膏：美國官方 USDA BioBased 生物基含量 100%，唇齒間的芬多精

口腔疾病是許多人的困擾，而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齒；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。

我們堅持排除高風險有害物質，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。

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。此外，源木牙膏更榮獲美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續 100% 認證，證實其中的可再生生物來源成分更榮獲 2020 法國巴黎全球永續美妝產品冠軍、日本 GOOD DESIGN 金獎！

E. 酒釀研究

2014 年，我們開始與台灣國家級研究單位中科院，及弘光科大攜手深入研究高粱酒的副產品 - 高梁酒釀，不但榮獲全球獨家 INCI 原料命名，2019 年更取得獨家發明專利。利用酒釀萃取，我們在 2020 年推出酒釀護手霜，2021 年推出酒釀香蕉布面膜。

片狀面膜需求與日俱增，光是小小的台灣一年使用量就達億片以上，出口量更是驚人，然而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、回收的垃圾，歐萊德攜手綠色夥伴開創新的循環經濟模式，成功打造一款不僅連包裝袋都可以回收再製，連面膜布都可以自然分解、減少農業廢棄物問題，甚至主要原料也取自農業廢棄物萃取而成，面對消費者對片狀面膜的需求，歐萊德讓不環保的片狀面膜，變身成為一片減少地球負擔的面膜，希望透過此一創舉，帶動所有產業一同減少環境衝擊。並以酒釀香蕉布面膜一舉拿下 2021 法國巴黎全球永續美妝產品大獎。

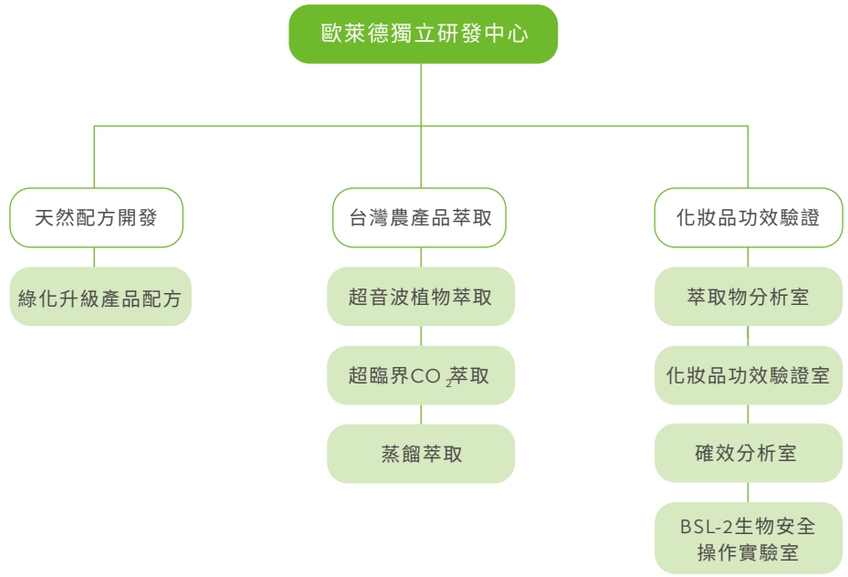


圖 2-27 歐萊德獨立研發實驗室

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



● 圖 2-28 歐萊德綠色包裝設計原則

2.2.2 綠色包裝設計

歐萊德所設計的綠色包裝，設計過程均會將整個產品生命週期納入考量評估，積極研發「回收再製」材料取代石化塑料，並致力減少包材，或以綠色永續包材取代。

「永續包材」指可回收、再製或可生物分解之包裝材料，是歐萊德產品主要使用之包裝材料來源。其中可生物分解包材計有 PLA 瓶器、FSC 認證紙盒紙袋、竹製瓶竹蓋等等；可回收再製包材則以各式瓶器為主。

減少多餘包材會連帶減少廢棄物，進而減少碳排放，因此在設計階段決定包裝方式時，我們最先考慮的是 5R 原則 。

我們以降低環境衝擊為首要目標，2021 年歐萊德物料的採購金額將近五千三百萬之中 (詳見本報告書 4.1)，綠色採購部份就超過四千七百萬，占總金額的 89.06%。

其中，回收咖啡渣製作的瓶身、生長最快速竹子製作的瓶蓋等富有教育意義的瓶器與包裝皆包含在內 。

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

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

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(一) 再生瓶器開發邁向循環經濟新里程碑

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

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

再生包裝為將塑料回收再利用，可達到 100% 的減塑，並且由於不須從石油提煉新塑膠，塑膠減碳的效果亦相當卓越。再生塑膠粒由於製作過程繁複，成本較新塑膠高出一倍以上。然而，我們寧願提高企業成本，也要降低環境衝擊，並非只是象徵性的生產。2018 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，我們並於 2019 年全面完成再生押頭的替換，因此近年來再生包裝達到的減碳、減塑成效大幅上升 (詳見表 2-8)。2021 年更成功開發單一材質再生補充包，並獲得 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，幫助減少源頭大自然資源的耗損，也幫助使用末端垃圾有新的去處，讓環境衝擊降至最低。

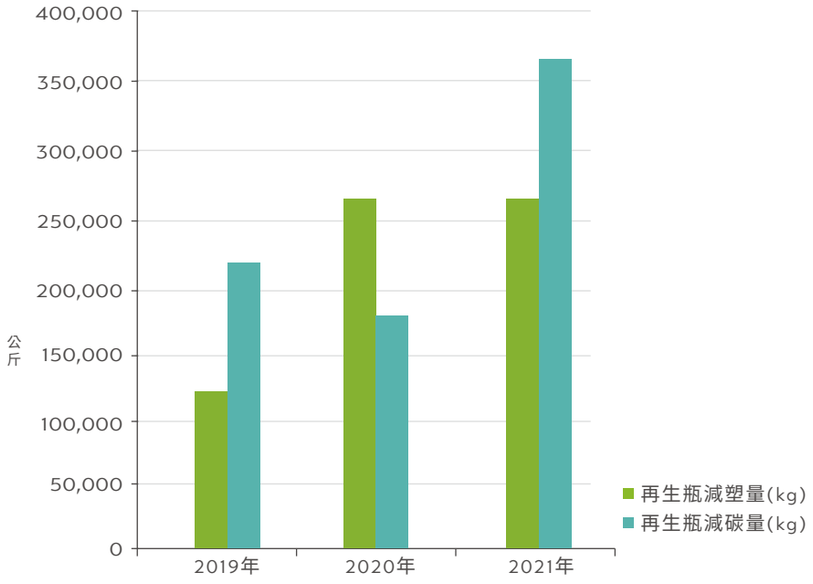


圖 2-29 近年再生包裝減碳與減塑成效



圖 2-30 歐萊德再生瓶器開發里程碑

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 2-8 歐萊德近三年再生包裝減碳統計表

序號	品名	進貨數量	小計(kg)
1	HDPE塑膠瓶	重量 (kg)	177,642
		碳排放相差值 (kg)	319,803
2	PP再生押頭	重量 (kg)	29,522
		碳排放相差值 (kg)	39,332
3	PET包裝與瓶蓋	重量 (kg)	15,856
		碳排放相差值 (kg)	16,173
	總計	再生塑料總重量(kg)	223,021
		總計減少碳排放量(kg)	375,308

註：[1] 碳排放相差值＝(新塑料碳排放量 - 再生塑料碳足跡值) x 瓶器總重 x 使用比例

[2] 環保署最新公告「新塑料」與「再生塑料碳足跡計算」碳排放量

塑膠	新塑料碳排放量	再生塑料碳足跡值	再生塑料	減碳成效
種類	($kgCO_2e/kg$)	($kgCO_2e/kg$)	使用比例	(減碳值 X 使用比例)
HDPE	2.25	0.449739	100%	80%
PP	2.01	0.418229	83.70%	66%
PET	2.35	1.33	100%	43%

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(二)AIR 緩衝氣泡袋

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

自 2011 年起，為了提高環保效益、塑膠減量，進而減少更多二氧化碳，公司全面將「AIR 緩衝氣泡袋」減碳升級。

我們相信做小事也能改變大環境，不斷於各項細節持續改善創新，2016 年再進一步將氣泡袋升級為「超薄」AIR 緩衝氣泡袋，使用更少塑料，碳排放量也更少。

● 表 2-9 空氣緩衝袋薄化減碳表

項目	AIR 緩衝氣泡袋	超薄AIR 緩衝氣泡袋
重量	0.00235 (kg)	0.00093 (kg)
材質	LDPE (4 號塑膠)	
2021年使用量	576,900 個	
一年碳排放量	0.00235 x 576,900 x 6 = 8,134 kg	0.00093 x 576,900 x 6 = 3,219 kg
減碳量	8,134-3,219＝4,915 kg	
備註	1.1 kg LDPE 產生 6kg CO2。 2.2020年超薄 AIR 緩衝氣泡袋使用量依當年採購量計算： 150 捲 x3,846 =576,900 個。(每捲 500 公尺，每個 0.13 公尺 每捲 3,846 個)	



● 圖 2-31 歐萊德綠色包裝

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



● 圖 2-32 時尚與環保兼具的孟宗竹蓋

(三) 孟宗竹永續設計：美善與時尚兼具

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

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

孟宗竹蓋除了兼具美善與時尚，更能將產品產製過程產生的二氧化碳排放量減少 78%。我們相信做小事也能改變大環境，隨著營業收入增加，我們的減碳成效也逐益彰顯。從 2012 年至 2021 年為止，歐萊德竹蓋累計的減碳成效已達 221,729 公斤，相當於為地球種植 20,157 棵 20 年生大樹。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

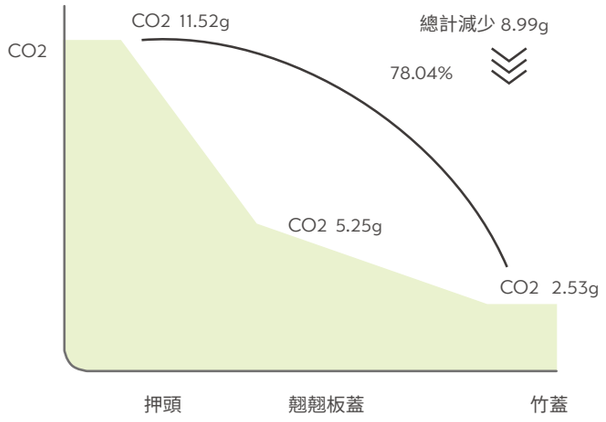
© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

瓶 蓋 減 碳 愛 地 球

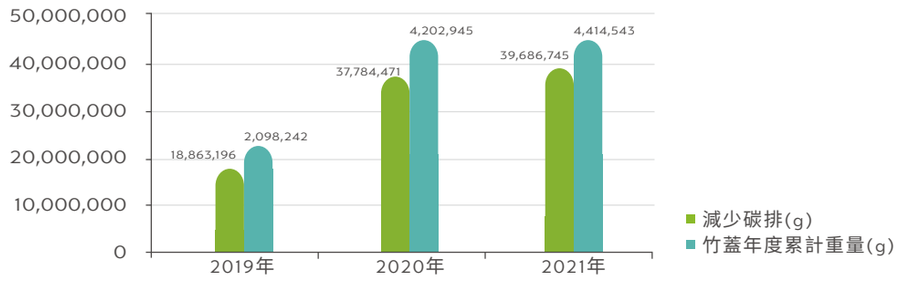


● 圖 2-33 歐萊德產品瓶蓋發展歷程

瓶蓋材質碳排放量



● 圖 2-34 瓶蓋材質碳排放量



● 圖 2-35 近三年竹蓋減碳成效

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

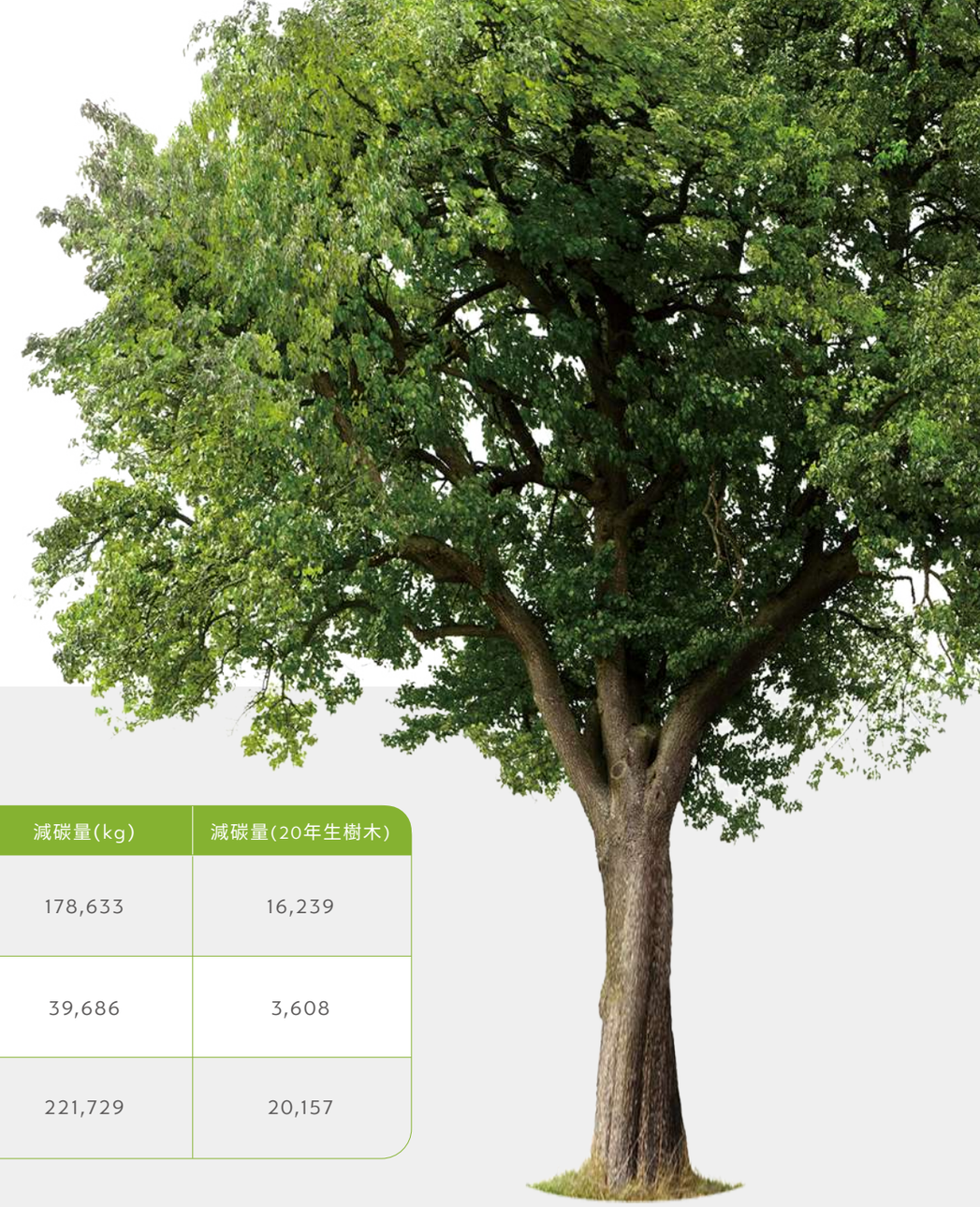
© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2012至2021年底共採購4,236,251個竹蓋

已減少 4,236,251個 PP塑膠瓶蓋使用

共減少 221,729kg 碳排放量

相當於為地球種植 20,157 株20年生樹木



年份	採購數量(個)	總重(kg)	減碳量(kg)	減碳量(20年生樹木)
2012~2020	3,697,880	19,870	178,633	16,239
2021	538,371	4,414	39,686	3,608
歷年總計	4,236,251	24,663	221,729	20,157

● 表 2-10 歐萊德歷年使用竹蓋減碳成效表

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(四) 環保棧板

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

(五) 芬恩環保提袋：美觀且重複使用

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。2021 年透過芬恩提袋的取代總計減少塑膠袋使用數量為 270,476 個，歷年來減少塑膠袋數量達 1,879,844 個。

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

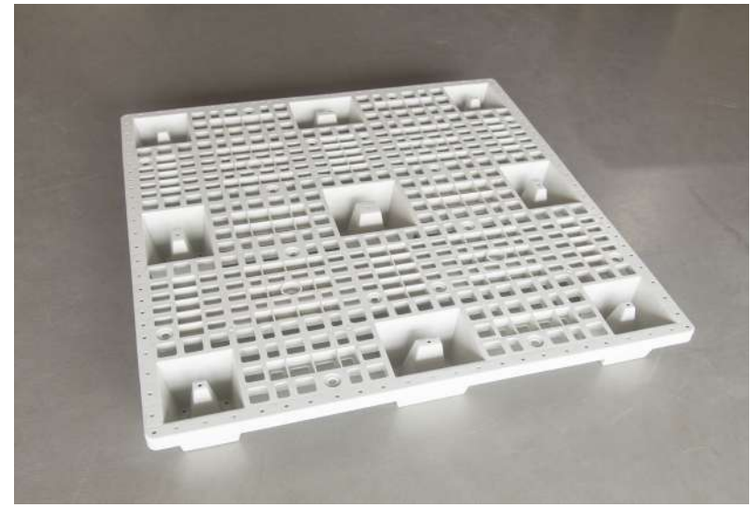
攝影家克里斯 • 喬丹 (Chris Jordan) 以一系列照片記錄海鳥因吞食瓶蓋及其他塑膠垃圾而導致死亡的情形。詳細照片請參考網站：http://www.chrisjordan.com/gallery/midway/#CF000313%2018x24

● 表 2-11 年度減少塑膠袋使用之減塑效益成果表

年度	減少塑膠袋數量 (個)
2013~2020年	1,609,368
2021年	270,476
總計	1,879,844



● 圖 2-37 歐萊德芬恩提袋



● 圖 2-36 由 7,300 個回收瓶蓋製作而成的環保棧板



● 圖 2-38 誤食海廢塑料致死的海鳥

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2.3 綠色資源循環

氣候變遷不只是環保議題，更是全人類後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，不但整合「供應鏈回收系統」減少廢棄讓資源回收再利用，並於持續取得 SGS 企業組織型及產品的碳中和確證，甚至加入 RE100 倡議，宣誓 2025 年內將達到 100% 再生能源使用，以身作則邀社會大眾一起用最綠的能量守護地球。

2.3.1 供應鏈回收系統

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

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



圖 2-39 綠色資源循環系統

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

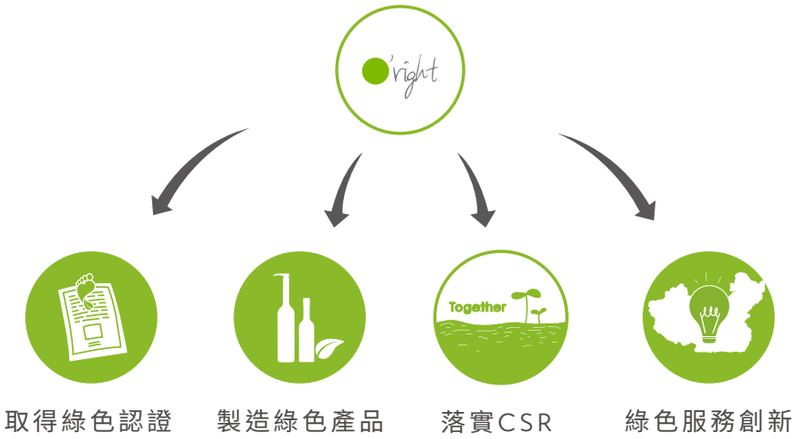
2.3.2 產品碳、水足跡與碳中和確證

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

碳足跡的盤查是一種產品生命週期管理制度。在碳盤查過程中，我們整合供應鏈、尋求降低碳排放量，設定再次減碳目標，建構價值鏈 (value chain) 管理。

歐萊德除了自 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。並啟動產品碳中和計畫，2011 年取得 1 支產品碳中和。

歐萊德持續落實綠色健康理念執行的四個面向，每年持續進行碳足跡、碳中和認證。2020 年度未另進行產品碳足跡盤查，由溫室氣體盤查進行產品原物料採購、製造、銷售階段、消費者使用到廢棄回收的排碳量計算，並在 2021 年度取得碳中和確證。



● 圖 2-40 綠色健康理念執行的四個面向

年份	產品	
	碳足跡盤查	碳中和
2018	27項	2,509.40 公噸CO2當量
2019	50項	中和7564.339公噸CO2當量
2020	未另進行產品碳足跡盤查	
2021	未另進行產品碳足跡盤查	

● 表 2-12 近年產品碳足跡、碳中和概況表

年份	組織	
	溫室氣體盤查	碳中和
2018	綠色總部大樓	315.100 公噸CO2當量
2019	綠色總部大樓	291.378公噸CO2當量
2020	綠色總部大樓	214.538公噸CO2當量
2021	綠色總部大樓	預計2022年完成以溫室氣體盤查進行產品原物料採購、製造、銷售階段、消費者使用到廢棄回收的碳排量計算並進行碳中和。

● 表 2-13 近年組織型碳足跡、碳中和概況表

盤查過程中，我們仔細分析研究各階段的產品碳排放，並將此次盤查經驗進一步擴展到所有產品線，將全面產品的碳排放同步降低。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 2-14 各階段碳盤查減碳作為

類別	減碳作為	減量成效
一	1. 公務車改換電動車，減少燃料使用。	截至目前，電動車相較於一般燃油汽車，直接燃料排放已減少約0.2公噸CO_2e的排放量。
二	1. 太陽能和風力發電所產生的綠色電力，全數用作生產製造使用。 2. PCW冷卻水節能設置可有效節能省電。 3. 鼓勵業者整合設備形成熱交換系統，減少電耗。	太陽能板設備的建置與提升，使得2021年共產生60,057度的綠電，減少將近30.15公噸CO_2e的排放量。
三	1. 扶植在地有機農業，減少運程排碳量。 2. 運程減碳計劃-鼓勵客戶集中訂購，提高免運費的最低訂購標準，藉此減少產品在運送過程製造的碳排放量	制定1,500元免運門檻，且持續向客戶宣導「集中訂購」以減少運輸次數與碳排。
四	1. 在原物料取得方面，歐萊德擴大採購無毒安全有機原料，促使有機耕種發展。 2. 採用回收再製包裝，避免使用石油提煉的新塑料。 3. 以更環保的空氣環保緩衝氣泡袋取代保麗龍。 4. 水資源循環再生利用系統 (雨水回收、中水回收、廢水處理系統)。	PCR的使用與產品包裝全面升級，在原物料使用的項目已減少約122.9935 公噸CO_2e的排放量。
五	1. 環保易沖洗的洗髮精可以減少大量的沖洗用水。 2. 建構「空瓶外箱回收循環」、「成品外箱回收循環」、「產品空瓶回收循環」三種B2B2C包裝逆物流模式。 3. 從源頭建立綠色採購標準，使用可回收、可分解或回收再製的包裝，減少廢棄處理階段的碳排。	可分解的產品包裝使用，使廢棄處理的階段減少約1.5967公噸CO_2e的排放量。

為了珍惜水資源，我們除了規畫三大水資源回收系統，並且進行水足跡盤查，讓我們更有效的管理水資源，為了降低產品耗水量，也針對起泡劑的成分進行改良，增加可沖洗性，縮短沖洗時間，希望能減少我們產品所增加的耗水量。2013 年取得「水足跡認證」有效管理水資源，並取得「搖籃到搖籃 C2C 認證」，採取對人、環境、生態安全無害綠色系統，真正落實環境保護，並且進一步進行減量。

2.3.3 組織型溫室氣體盤查與組織型碳中和

(一) 組織型溫室氣體盤查

因 2020 年度我們新增類別三、類別四 (原料、物料及輔助品)、類別五 (產品使用階段產生之排放或移除) 的報告邊界，將原基準年 (2018 年) 僅納入總部廠區主要產製產品 (洗髮精)，擴大盤查至當年度所有銷售產品。故將基準年改為 2020 年，因此總排放量為 14,537.446 公噸 CO_2e。

歷年來，歐萊德主要生產廠區的能源包含化石燃料 (如柴油、液化石油氣等)、外購電力。石化燃料主要用於緊急發電機、公務車以及生產使用鍋爐。鍋爐由燃燒使用較純淨的天然氣，2020 年主要公務車變更為電動車柴油用量大幅減少。

為降低外購電力的環境衝擊，2018 年我們加入 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，並在 2019 年增設 27.44KW 裝置容量的綠能設備，2025 年將成為台灣首家全面使用再生能源的企業。

* 參數使用能源局 2018 年能源統計手冊

(二) 組織型碳中和

歐萊德推動組織溫室氣體碳中和計畫，並依公司碳管理相關要求，推動綠色總部大樓之碳足跡管理。藉由碳足跡減量、重新量化剩餘碳足跡等過程，於 2018 年尋找並購買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之碳中和狀態。

進行溫室氣體盤查之後，2018 年開始至目前為止，均持續維持「企業組織型碳中和」確證，並且有計畫地進行減碳。我們透過這些過程再降低對環境的衝擊，實現我們的「零碳 (環境衝擊)」計畫。

預計 2022 年完成以溫室氣體盤查進行產品原物料採購、製造、銷售階段、消費者使用到廢棄回收的碳排量計算並進行碳中和。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 2-15 全廠七大溫室氣體排放量統計表

	CO_2	CH_4	N_2O	$HFCs$	$PFCs$	SF_6	NF_3	總排放量	生質排放當量
排放量（公噸CO_2e/年）	18,624.1895	19.4430	0.0940	25.7515	0.0000	0.0000	0.0000	18,671.611	0.0000
氣體別占比(%)	99.76%	0.10%	0.00%	0.14%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	0.00%

● 表 2-16 類別一七大溫室氣體排放量統計表

	CO_2	CH_4	N_2O	$HFCs$	$PFCs$	SF_6	NF_3	總排放量
排放量（公噸CO_2e/年）	32.8400	19.4430	0.0940	25.7515	0.0000	0.0000	0.0000	78.1285
氣體別占比(%)	42.03%	24.89%	0.12%	32.96%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

● 表 2-17 全廠溫室氣體類別及排放型式排放量統計表

類別	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	上下游運輸	員工通勤	商務旅行	廢棄物運輸
2020	27.8880	0.0270	4.9989	45.2024	209.7508	47.5942	N/A	N/A	N/A
2021	27.1110	0.0270	5.8164	45.1741	232.6722	127.2982	81.7674	22.7858	0.2520

類別	類別四		類別五		類別六	總排放量
排放方式	購買原料開採、製造與加工	組織廢棄物處理	產品使用階段產生之排放或移除	產品廢棄處理	其他	
2020	935.1694	3.9316	13245.0111	17.8727	0	14,537.4461
2021	812.1759	4.0160	17,296.2391	16.2760	0	18,671.611

註 1：2021 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：各種不同的發生源，引用 IPCC 2013 所公布之排放係數及計算方法。
註 3：計算過程所引用的全球暖化潛勢值（GWP），依照環保署申報規定，主要參採 IPCC2013 年第五次評估報告公告之數值，將所有計算結果轉換為 CO2e（二氧化碳當量值），單位為公噸 / 年。轉換係數是依據環保署溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版。
註 4：類別一對應 GHG Protocol 的範疇一、類別二對應 GHG Protocol 的範疇二、類別三～六對應 GHG Protocol 的範疇三。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

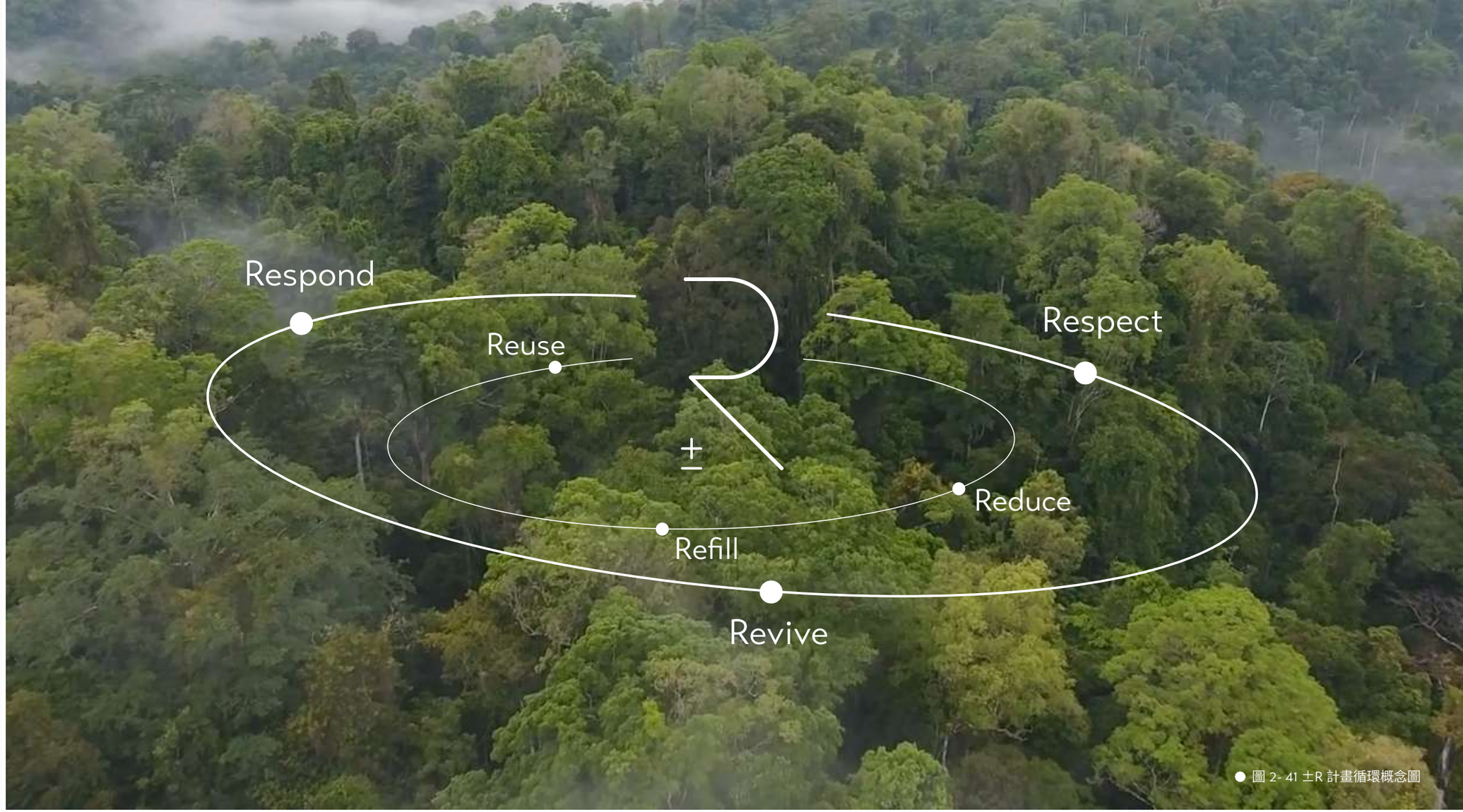
2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄



● 圖 2- 41 ±R 計畫循環概念圖

2.3.4 ±R 計畫

懷抱著對人類、對社會、對環境都好的初心，我們於 2020 年發起「±R 計畫」，R 代表著「Refill 重複充填」、「Reuse 重複使用」、「Reduce 減少」，希望藉由嶄新的循環系統為人類及地球達到零碳永續，並展現尊重萬物的思維，讓追求自身美麗的同時，外在環境也無需犧牲。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

2.1 歐萊德綠建築 GMP 化妝品廠

2.2 綠色產品

2.3 綠色資源循環

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



● 圖 2-42 零碳（環境衝擊）計畫



● 圖 2-43 歐萊德共同響應 RE 100 倡議行動，2025 年前將全面使用再生能源

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

03

第三章 員工照顧

Caring for Our Staff

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

3.1 歐萊德綠色團隊

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

3.1.1 團隊組成

截至 2021 年底，歐萊德綠色團隊共有 270 名正式員工（包含 2 名女性夜間客服兼職人員），其中有 63% 員工皆於龍潭的綠建築總部上班。由於髮妝業以女性為主，歐萊德女性佔員工總人數 73%。臨時員工相關資訊目前尚進行電子化歸檔作業，預計於下年度納入人資資訊系統管理，並於 2022 年 CS 報告書呈現。

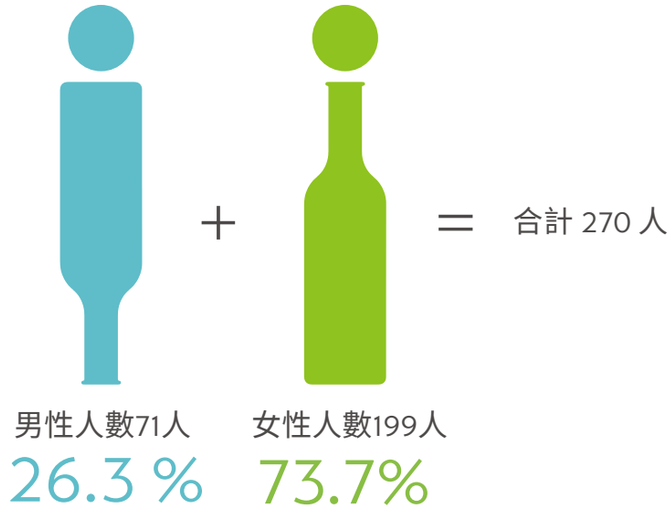


圖 3-1 男、女員工人數比例

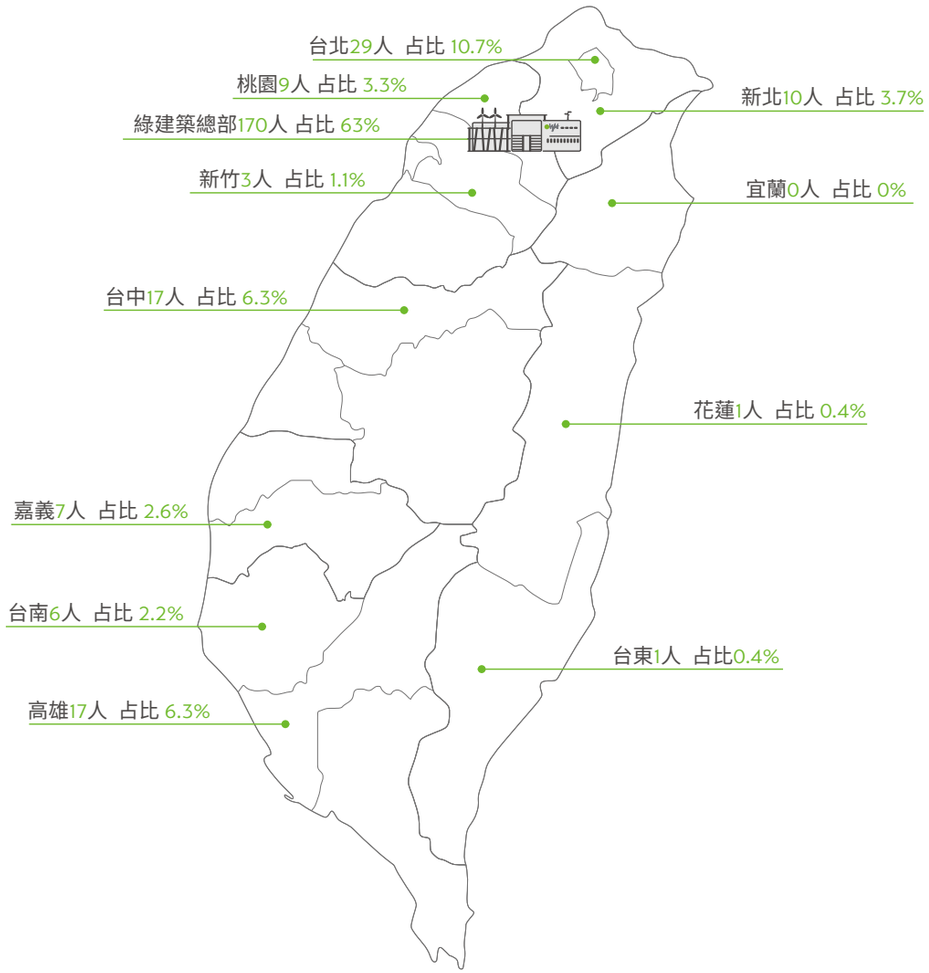


圖 3-2 員工人數分布（以總部及各區客服單位區分）

註：2021.12.31 在職人數為 270 人

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊

3.2 福利制度

3.3 人才培訓

3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

以雇用性質來看，不定期員工包括男性 71 人，女性 199 人，無雇用其他派遣員工。員工之層級、學歷及年齡分佈趨勢請參考圖示說明（圖 3-3、3-4）。

單位: 人

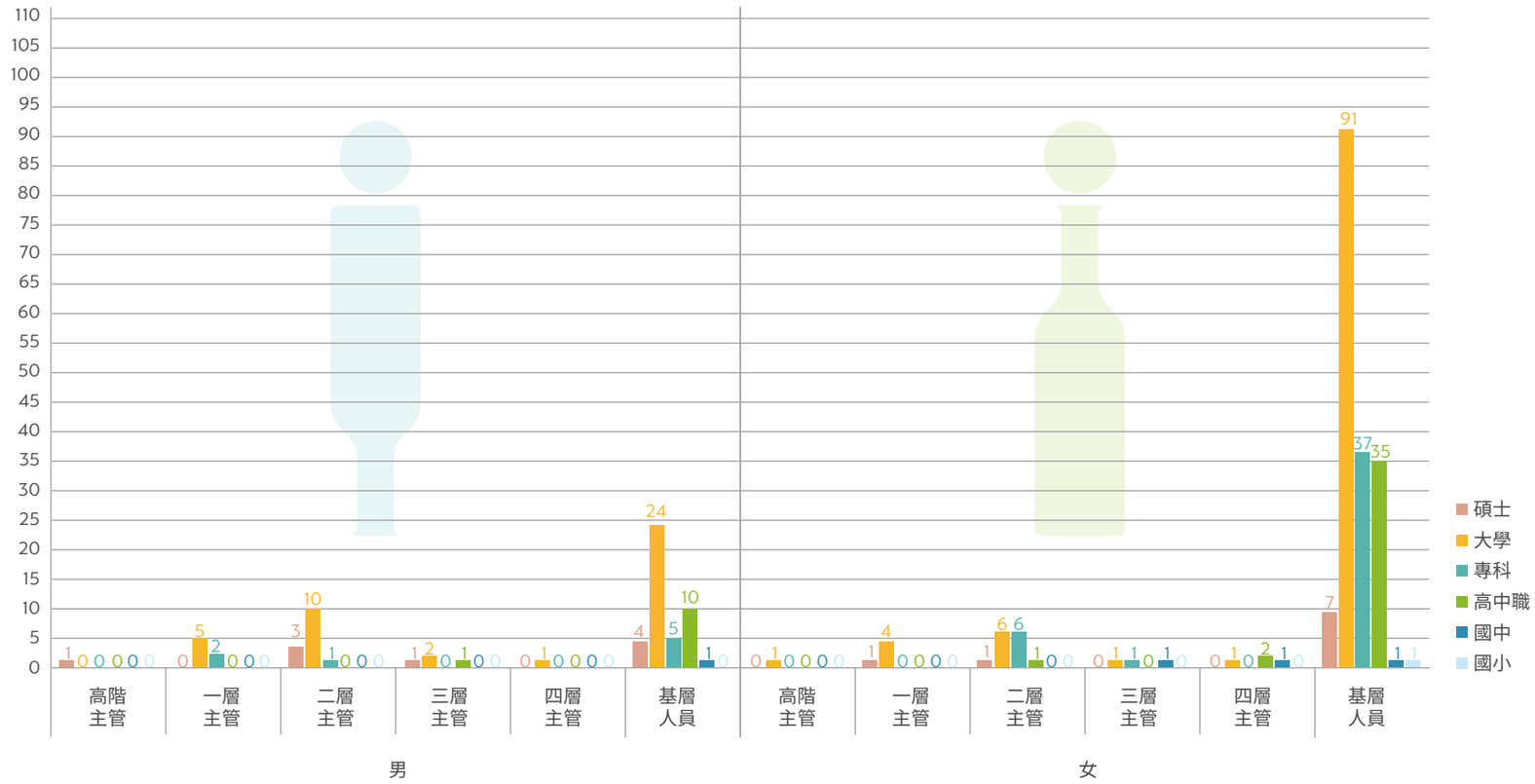


圖 3-3 員工層級之學歷分布（碩士 23 人、學士 143 人、專科 50 人、高中職 49 人、國中 4 人、國小 1 人）

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊

3.2 福利制度

3.3 人才培訓

3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

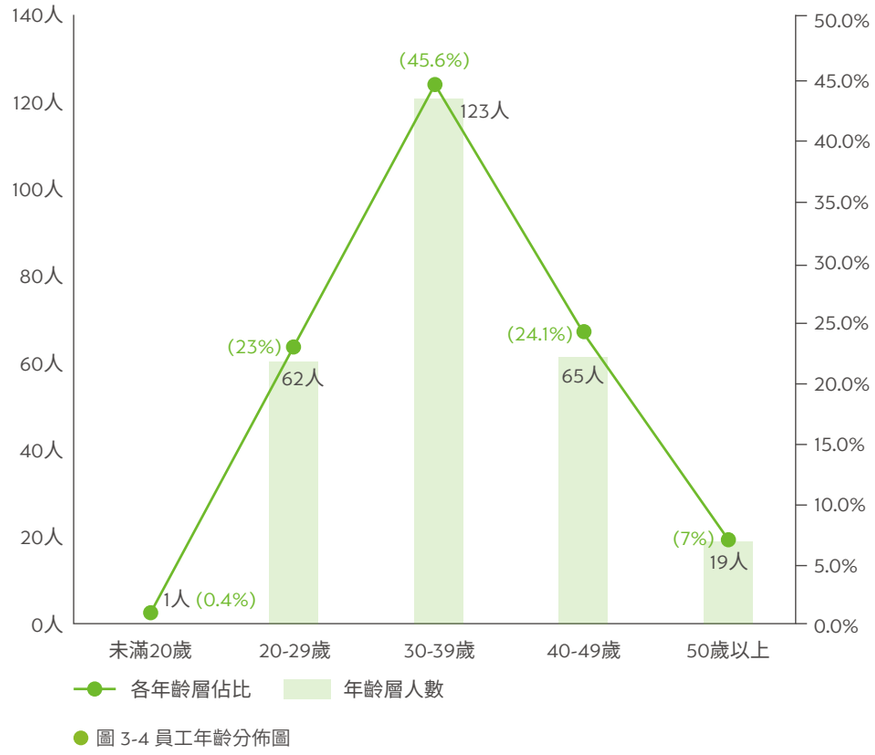


圖 3-4 員工年齡分佈圖

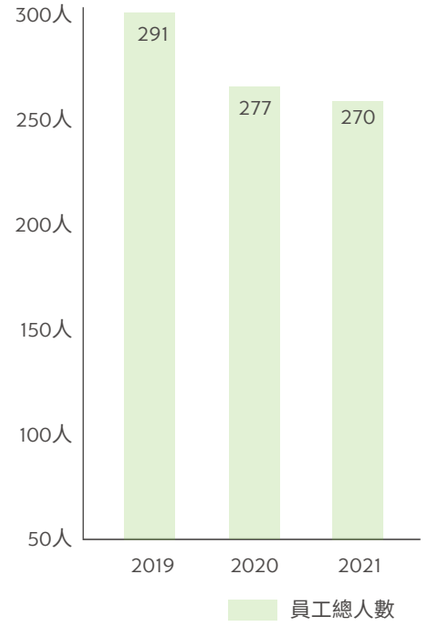


圖 3-5 近三年員工人數

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊

3.2 福利制度

3.3 人才培訓

3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 3-1 2021 新進 / 離職人員分析表 - 依性別、年齡、地區

2021 年 89 名新進員工當中，70.7% 為女性，在地聘雇（指桃園市）為 58 位，比例 65.1%，新進人員佔員工總數之比例為 32.9%。

類別	年齡	北部區域				中部區域				南部區域				合 計			
		男性		女性		男性		女性		男性		女性		男性		女性	
		人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比
新進	未滿20歲	0	-	3	5.3%	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	3	4.8%
	20歲 - 29歲	7	28.0%	24	42.1%	0	-	0	-	1	100%	2	100%	8	30.8%	26	41.3%
	30歲 - 39歲	14	56.0%	19	33.3%	0	-	3	75%	0	-	0	-	14	53.8%	22	34.9%
	40歲 - 49歲	3	12.0%	10	17.5%	0	-	1	25.0%	0	-	0	-	3	11.5%	11	17.5%
	50歲以上	1	4.0%	1	1.8%	0	-	0	-	0	-	0	-	1	3.8%	1	1.6%
	合計	25	-	57	-	0	-	4	-	1	-	2	-	26	-	63	-
離職	未滿20歲	1	3.4%	2	3.2%	0	-	0	-	0	-	0	-	1	3.4%	2	3.0%
	20歲 - 29歲	11	37.9%	23	37.1%	0	-	1	50%	0	-	2	100%	11	37.9%	26	39.4%
	30歲 - 39歲	12	41.4%	23	37.1%	0	-	1	50%	0	-	0	-	12	41.4%	24	36.4%
	40歲 - 49歲	4	13.8%	11	17.7%	0	-	0	-	0	-	0	-	4	13.8%	11	16.7%
	50歲以上	1	3.4%	3	4.8%	0	-	0	-	0	-	0	-	1	3.4%	3	4.5%
	合計	29	-	62	-	0	-	2	-	0	-	2	-	29	-	66	

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

(2) 區域分布：

a. 北部區域：台北、新北、基隆、桃園、新竹、苗栗、宜蘭、花蓮、台東

b. 中部區域：台中、彰化、南投

c. 南部區域：雲林、嘉義、台南、高雄、屏東

(3) 新進人員占員工總數之比例，其分母以該年齡及性別的分類組別計算。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊

3.2 福利制度

3.3 人才培訓

3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 3-2 近三年人數佔總員工人數比例

員工離職狀況部份，在試用期與企業彼此磨合的過程離職率偏高，到任 3 個月離職的男性員工佔總離職人數 6.3%；女性為 21%。

年份	在職人數	新進人數	月新進率	離職人數	月離職率
2019	282	109	3.27%	91	2.73%
2020	277	67	1.94%	80	2.31%
2021	270	89	2.7%	95	2.8%

註 1：月新進率 = 新進人數 / 在職人數 /12
註 2：月離職率 = 離職人數 / 在職人數 /12

● 表 3-3 員工出缺勤率

總工作日數	員工人數	總工作時數	缺勤日數	缺勤率
66,960 計算方式： 全年總工作日數x員工人數 248天x270人=66,960日	270	535,680 計算方式： 全年總工作日數x員工人數x一日工作時數 248天x270人x8小時=535,680小時	526 缺勤假別為： 病假、事假、曠職	0.79% 計算方式： 缺勤日數／總工作日數 (526/66,960=0.79%)

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

3.1.2 員工招募與工作守則

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

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

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

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

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

3.2 福利制度

員工是企業最重要的資產，歐萊德於招募、甄試、勞動條件、升遷、調職、獎懲、訓練、福利或解僱等各方面作業，不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙或以往工會會員身分等因素而有不同。並且在任何影響員工權益或重大營運變化的作業變更均會考量員工權益及相關法令規定後才予以執行。本節將針對出缺勤、薪資、績效評核及申訴等等的人力資源政策進行詳盡描述。

3.2.1 完善的出勤、休假規定

(1) 彈性出勤辦法

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

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

● 表 3-4 員工出勤類型

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

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

行動辦公室計劃不但提高客服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。自 2015 年累積至 2021 年因通勤所減少的二氧化碳排放量更高達 177,657 公斤，相當於每年為地球種下 16,151 棵大樹。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(2) 員工休假

在員工休假方面，除一般請假外，2021 年度申請產假者 5 人，陪產假 2 人；可申請育嬰留職停薪者有 17 位 (男性 4 位，女性 13 位)，實際申請者有 5 位為女性。

2014 年歐萊德增設志工服務假，鼓勵同仁能多為地球盡一份力並投入綠色環保之行列，擬定凡參與歐萊德或其它合法立案之機關團體所舉辦之綠色環保類公益活動，經確認核可後就可申請志工服務假（工資照給）的福利。2021 年度有 40 位員工申請志工服務假，總計 86 小時。

3.2.2 薪資標準

歐萊德依據員工學經歷背景、專業知識與技術、專業資歷及個人績效表現以核定薪資水準，員工之基本薪資不因其性別、種族、宗教、政治立場、婚姻狀況等有所不同。2021 年度男女基層人員與基本工資比請參考表 3-6。

在退休金的部分，歐萊德員工已全數選擇勞退新制，其中 3 名員工橫跨新舊制，後續將依勞動基準法第 56 條雇主應依勞工每月薪資總額百分之二至百分之十五範圍內，持續按月提撥勞工退休準備金。

3.2.3 績效評核機制

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

考核對象為 2021 年 06 月 30 日（含）以前到職之員工，共計 246 人。考核期間為 2021 年 01 月 01 日至 2021 年 12 月 31 日止。應參與考核人數為 246 人，實際參與考核人數 242 人，受評核比率 98.37%。

● 表 3-5 育嬰留停申請狀況

項 目	總 人 數
2021年符合育嬰留停申請資格人數(A)	17
2021年實際申請育嬰留停人數(B)	9
2021年育嬰留停申請率(B/A)	52.94%
預計復職者人數(C)	3
實際復職人數(D)	3
2021年育嬰留停復職率(D/C)	100%
2020年育嬰留停復職人數(E)	3
2020年申請復職後持續工作滿一年人數(F)	2
2020年育嬰留停留任率(F/E)	66.67%

● 表 3-6 歐萊德 2021 年度基層人員與基本工資比（據勞保投保基本薪資）

性 別	基 本 工 資	歐萊德平均薪資	與基本工資比
男	24,000	45,430	1.89
女	24,000	35,787	1.49
總和平均	24,000	38,323	1.60

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

3.2.4 員工申訴及溝通管道

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

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

3.2.5 福利與照顧

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，故特訂定綠色幼苗關懷計畫。

我們也捨棄傳統燃油車輛，改以電動車輛作為公務車，落實零碳永續的理念，並持續鼓勵同仁用自身行動關愛地球。而為感謝同仁對環境的愛護與尊重，也特別劃設電動車停車格，並免費提供充電，鼓勵同仁盡量使用此類環保交通工具。

我們的女性員工佔全體人數 70% 以上，而針對孕期或行動較不方便的同仁，也特別劃設愛心車位，照顧同仁的健康與安全。

此外，歐萊德對員工尚有各項福利與照顧措施，完整涵蓋員工各項需求 (表 3-7)，董事長亦不定時拜訪員工家庭，除了拉近公司及員工的距離外，也藉此機會分享歐萊德的綠色理念。
每年母親節與父親節，均寄送賀卡及禮品給同仁及家屬，一方面感謝員工父母親的辛勞，另一方面也感謝他們在背後支持員工在歐萊德的付出。



圖 3-6 電動車輛作為公務車

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊

3.2 福利制度

3.3 人才培訓

3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 3-7 員工福利一覽表

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

註：2021 年無定期／派遣員工。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



圖 3-7 發酵咖啡渣綠肥

3.2.6 有機蔬食餐廳

(1) 有機蔬食餐廳

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

A. 有機蔬食午餐

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

B. 準備蔬食

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

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

C. 喝咖啡也能做環保

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

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

D. 提供湯品：

2015 年開始全面供應湯品，鼓勵同仁自帶便當，減塑減廢。

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

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

3.3 人才培訓

除了完整的福利制度，歐萊德也十分重視員工成長，向來認為「上課比上班重要」。為培養綠領人才，並提升公司各單位人員之專業知能，歐萊德實施專業職能盤點，以量化方式衡量同仁所需具備之專業技能及缺口，藉以準確算出所需提供之內外部教育訓練。2021 年度男女員工受訓人數、時數及比例請見表 3-8。



● 圖 3-8 同仁熱烈參與教育訓練課程

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

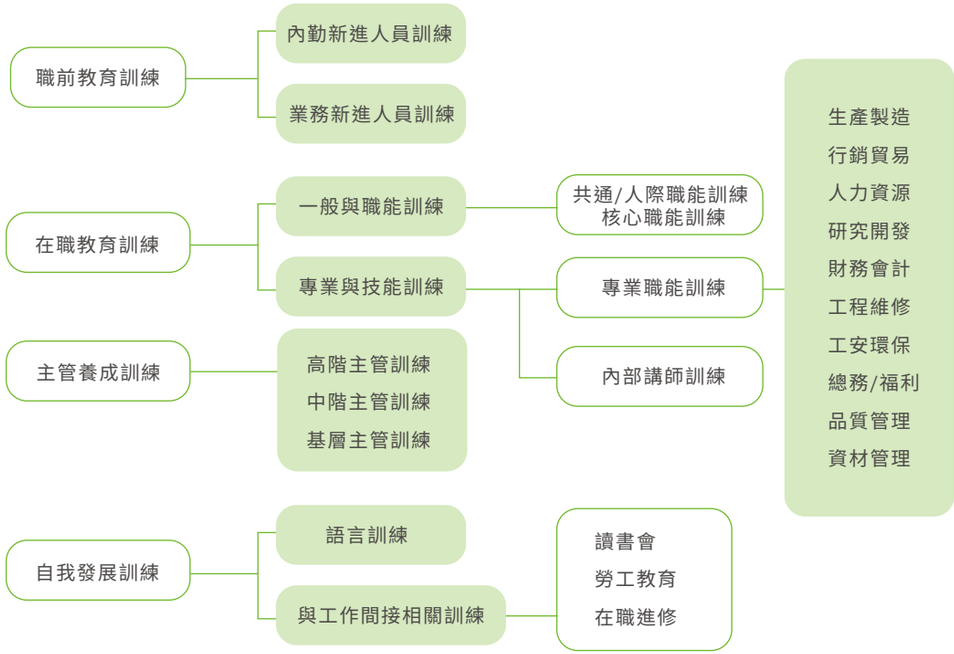
3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



● 圖 3-9 歐萊德教育訓練架構

● 表 3-8 男女員工受訓時數

受訓時數	一層	二層	三層	四層	決策層	基層	總計
男	222	311.5	18	0	16	1,413.5	1,981
女	232	306	52	8	16	4,108.5	4,722.5
總計	454	617.5	70	8	32	5,522	6,703.5

註：2021 年底員工總人數 270 人 (男性 71 人、女性 199 人)

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

3.4 職業安全與衛生

3.4.1 管理機制

(1) 職業安全管理衛生系統

歐萊德認為同仁是最為重要的資產，秉持『把每一位同仁視為家人』的觀念，除了於 2014 年即通過 OHSAS 18001 國際管理系統，每年亦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。管理涵蓋的工作者囊括內、外勤（註 1、註 2）同仁，以及需要進廠執行工作任務的原物料供應商、設備養護供應商等，以讓所有歐萊德綠建築內工作的工作夥伴，都能獲得安全與健康的保障。

註：1. 內勤同仁：總部辦公人員
2. 外勤同仁：業務、百貨櫃店銷售人員

(2) 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，除了依法設置職業安全衛生室，亦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 10 人，其中員工代表共 4 人 (40%)，每季定期召開會議，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，亦主動關心同仁身體健康與過勞的預防措施，更同步啟動員工關懷計畫，由董事長親自執行家庭拜訪，即時提供必要的協助。（詳細內容參閱 4.4 節）

(3) 風險鑑別與預防機制

為降低危害發生機率，歐萊德除了加強廠區作業人員的危害宣導，亦進行危害風險鑑別與分級管理，經評估後，雖無顯著高風險項目，但歐萊德於職業安全衛生委員會特別針對相對於生活上較常發生的「墜落」及「感電」危害進行討論，並決議在平時需加強安全宣導，並列入新進人員的安全衛生教育訓練中。如須從事此兩項可能危害項目時，作業前都必須進行安全說明，藉此管制措施降低風險發生機率；另將可能會導致疾病的 5 大危害因子（化學性、物理性、人因性、生物性、社會／心理性）、作業頻率及其型態納入作業管制項目，並將相關規定編入《工作許可作業辦法》，更攜手外部專家學者，提供最佳的建議方案，共創健康幸福的職場環境。

(4) 健康管理

歐萊德關懷員工健康狀況，每三年為全體員工進行一次健康檢查，針對因工作需求需進出 BSL-2 生物安全操作實驗室之員工，則提供每年檢查福利。預計下一次全體員工健康檢查將於 2022 年進行。最近一年 (2020 年) 檢查對象為年齡 38 歲以上、三層 (含) 以上主管及兩位有機植萃研發中心之實驗室相關同仁，人數共計 120 名。

健康檢查結果由歐萊德聘請專業健康顧問公司，每月護理師臨廠 4 次、醫師每季臨廠 1 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，落實健檢追蹤，如有高風險或是潛在健康問題的同仁，特別安排一對一的醫師諮詢服務，並持續進行關懷。

除此之外，我們使用專門 APP 查詢個人健檢資料、提供衛教資訊等，完整記錄員工健康指標，打造全方位的健康職場。

健康檢查結果分級	分析結果	2021年健康指導人數
第一級人數	共18人	共0人
第二級人數	共65人	共3人
第三級人數	共52人	共 37人
第四級人數	共19人	共 19人

● 圖 3-10 健康檢查結果分級及後續追蹤圖

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

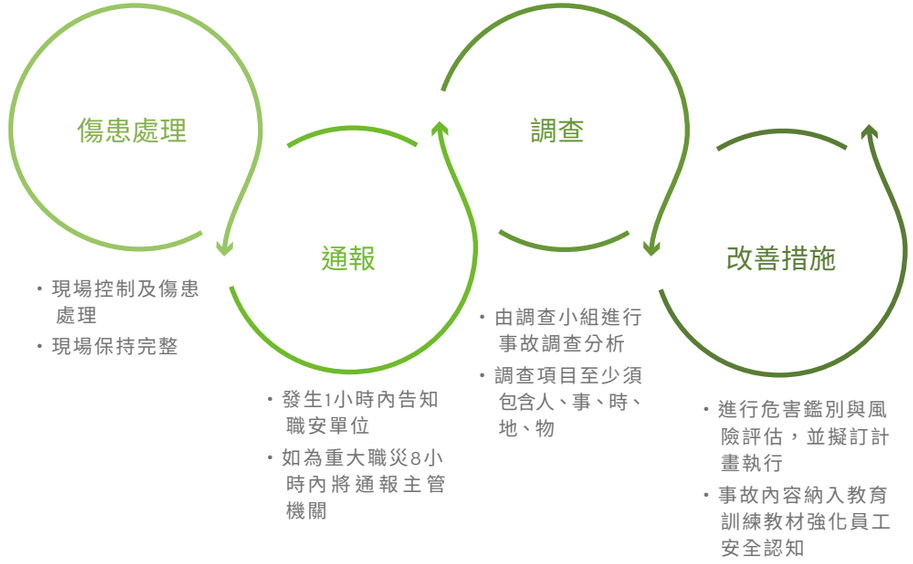
© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 圖 3-10 自衛消防編組演練實境



(5) 職業災害事故處理與調查

若不幸發生職業災害，除立即停止作業，為避免災害擴大，當職業災害發生時，我們特訂定了「意外事故處理及調查作業辦法」並公告周知，以防止未來再次發生。



● 圖 3-11 職業災害處理與調查流程圖

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 圖 3-11 2021 年健康講座課程實境



3.4.2 管理績效

(1) 教育訓練與溝通宣導

歐萊德每年派任職業安全衛生代表參或需實施專業訓練之人員與回訓，並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。此外，為照顧每一位同仁的健康，不但依循法律準則舉辦員工健康檢查，且檢查項目優於法規，更定期規劃健康宣導課程與健康促進活動，囊括辦理健康疾病講座、瑜珈課程、有氧舞蹈…等等。

● 表 3-9 近三年職業安全教育訓練成果

年份	演練項目	參與人員
2019年	洩漏演練	洩漏演練應變小組
	消防演練	總部全體同仁
	消防演練	總部全體同仁
2020年	消防演練	總部全體同仁
	洩漏演練	洩漏演練應變小組
2021年	消防演練	總部全體同仁
	洩漏演練	洩漏演練應變小組

● 表 3-10 近三年職業安全衛生講座課程統計

年份	課程名稱
2019年	• 預防辦公室症侯群&健康飲食觀 • 抗壓好心情-紓壓-穴道按摩
2020年	• 心理講座-職場調適： 降低員工因職場情緒嚴重影響工作效率。 • 運動健康-好筋膜、好動作、好放鬆 健身魂：讓員工感到愉悅、幫助睡眠、增加創造力。 • 物理、職能治療：使員工了解利用物理型態的介入方式，恢復身體應有的功能，降低不適。
2021年	• 負面思考轉術-如何應對職場生活中的壞心情 • 釋放你的肌肉-肌肉聚繃怎麼辦? • 減壓減痛舒緩課-正式認識疼痛 • 舒壓伸展課-個辦公室都是我的健身房

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

3.1 歐萊德綠色團隊
3.2 福利制度
3.3 人才培訓
3.4 職業安全與衛生

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(2) 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，另外歐萊德員工 2018 年迄今皆無發生職業災害，近三年公傷事故及缺勤率統計，請參考下表 3-11。非員工工作者相關管理項目本年度尚在進行統計作業，預計於下年度 2022 年報告書中進行揭露及呈現。

● 表 3-11 近三年公傷事故及失能日數統計

項目	2019年	2020年	2021年
全年之失能傷害人數	0	0	0
全年之失能傷害損失日	0	0	0
全年之經歷工時	566,808	521,856	544,016
失能傷害頻率(FR)	0	0	0
失能傷害嚴重率(SR)	0	0	0
綜合傷害指數(FSI)	0	0	0

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】
綜合傷害指數 (FSI=FR×SR/1000 開根號)

3.4.3 2021 年防疫作為特別報導

隨著 2019 年底爆發的 COVID-19 於 2021 年仍不斷延燒，除了重創各國的經濟貿易，亦影響了人類的生存環境，不論是個人、家庭與企業幾乎無一倖免。而我們在疫情爆發初期，即由董事長召集各單位主管召開數次緊急應變會議，參考中央政府即時發布動態，第一時間啟動不同等級的防疫、居家辦公，及勞工健康管理機制。

為徹底預防內部感染的機會，我們從調查同仁與家屬的旅遊史、設置辦公室體溫量測據點與回報機制、定期進行辦公場域消毒，並全面要求同仁佩戴口罩進入辦公場域，加強保持社交距離、線上辦公等防疫宣導，在全體同仁的努力下，除了未曾出現確診的同仁，亦在有限的資源下，保障每位同仁的生活家計，更在全球個人防護與清潔用品嚴重缺貨時，研製高規的防護商品，免費發放環境清潔液供同仁與鄰里使用，也讓我們進一步保護員工、員工家屬，以及我們周遭的里民，實踐企業的社會責任。

雖然疫情帶來前所未有的衝擊，甚至奪走許多人類的性命，但卻也讓我們重新思考公共衛生的重要課題，更因為完善的防疫機制與社會責任行動，安穩了同仁不安的心裡，亦進一步增進同仁間的凝聚力。我們衷心期盼在落實內部公共衛生安全的同時，與各界齊心防堵疫情的蔓延，並重新建構永續新未來。

● 圖 3-12 善加利用總部綠建築特性，防疫期間利用戶外空間召開會議，不但空氣流通性佳，空間也足夠保持社交距離



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

04

第四章 綠色供應鏈

Our Green Supply Chain

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

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

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

4.1 綠色供應鏈

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

4.1.1 綠色採購

2015 年，我們重新以更嚴謹的標準定義綠色原料，將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，綠色原料及物料的採購比例則從 2011 年的 44.3% 大幅度的提升至 2021 年的 70.21% 。

在物料方面，歐萊德綠色物料佔總物料採購量始終維持在 45% 以上並且逐年成長，在 2021 年度達到 62.36%。此外，2016 年起陸續開發的「100% 再生瓶器」、「再生押頭」包裝已將洗沐產品全面改用，讓我們「回收再製物料」佔綠色採購的金額增長為 36.99%。

我們希望所使用的原物料都能經過第三方認證，例如有機認證原料（歐盟 COSMOS、ECOCERT、美國官方 USDABiobased 生物基天然永續認證）、FSC 認證紙材等，以確保產品的品質。

然而，為降低原物料運送碳足跡，我們仍擬定計劃，致力於自行開發台灣在地綠色原物料。一方面積極尋找國內符合標準之原料，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 USDABiobased 生物基天然永續認證，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。

物料部份，我們不斷與供應商配合，並且成功開發多項 MIT 環保瓶器，從「100% 生物可分解瓶中樹」到「100% 再生瓶」，以及「全球第一支再生押頭」。甚至偕同供應商一同進行整個綠色瓶器的國際綠色認證，從原料端、瓶器製造端、瓶器使用端的整條監管鏈逐站審視，並且在 2019 年起，已將全系列洗沐商品改用。



圖 4-1 從在地農產品開發有效成份取代化學品

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 4-1 歐萊德綠色原物料採購統計表

	綠色原料採購量[1]		綠色物料採購量[2]	
2019年	54,568,024 原料總採購量(元)	54.02% 綠色原料採購比例(%)	42,605,947 物料總採購量(元)	86.73% 綠色物料採購比例(%)
	綠色原料採購量(元)		綠色物料總採購量(元)	
	國外 26,790,183 (90.88%) 台灣 2,689,300 (9.12%)	29,479,483	可分解物料 8,212,224 (22.22%) 可回收物料 16,757,188 (45.35%) 回收再製物料 11,982,914 (32.43%)	36,952,326
2020年	75,638,936 原料總採購量(元)	57.70% 綠色原料採購比例(%)	47,991,557 物料總採購量(元)	84.74% 綠色物料採購比例(%)
	綠色原料採購量(元)		綠色物料總採購量(元)	
	國外 39,832,669 (91.27%) 台灣 3,808,743 (8.73%)	43,641,412	可分解物料 7,368,058 (18.12%) 可回收物料 18,257,630 (44.89%) 回收再製物料 15,044,707 (36.99%)	40,670,395
2021年	75,814,797 原料總採購量(元)	56.46% 綠色原料採購比例(%)	53,232,542 物料總採購量(元)	89.06% 綠色物料採購比例(%)
	綠色原料採購量(元)		綠色物料總採購量(元)	
	國外 41,659,280 (97.32%) 台灣 1,147,300 (2.68%)	42,806,580	可分解物料 7,611,105 (16.05%) 可回收物料 24,067,793 (50.76%) 回收再製物料 15,732,447 (33.18%)	47,411,345

註：[1] 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。
[2] 物料泛指瓶器及包材；綠色物料共分三類：可分解物料 (PLA 瓶器 / 配件、竹製品)；可回收物料 (FSC 認證紙盒、各式瓶器 / 配件)；回收再製物料 (產品運送紙箱、100% 回收瓶器)。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 4-2 歐萊德原物料在地採購比例

	原料採購量		物料採購量		原物料彙整採購量	
	原料總採購量(元)		物料總採購量(元)		總採購量(元)	
2019年	國外 51,354,624 (94.11%)	54,568,024	國外 7,437,701 (17.46%)	42,605,947	國外 58,792,325 (60.50%)	97,173,971
	台灣 3,213,400 (5.89%)		台灣 35,168,246 (82.54%)		台灣 38,381,646 (39.50%)	
2020年	國外 71,289,093 (94.25%)	75,638,936	國外 10,791,520 (22.49%)	47,991,557	國外 82,080,613 (66.40%)	123,630,493
	台灣 4,349,843 (5.75%)		台灣 37,200,037 (77.51%)		台灣 41,549,880 (33.60%)	
2021年	國外 74,143,597 (97.80%)	75,814,797	國外 9,590,640 (18.02%)	53,232,542	國外 83,734,237 (64.89%)	129,047,339
	台灣 1,671,200 (2.20%)		台灣 43,641,902 (81.98%)		台灣 45,313,102 (35.11%)	

綠色原料的天然成份

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

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

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

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

4.2 綠色供應商

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

4.2.1 供應商企業社會責任承諾書

於 2015 年起，新供應商開始與歐萊德簽訂「供應商企業社會責任行為準則承諾書」，邀請供應商加入綠色環保產業的行列，共組友善社會、與大地和諧共存的綠色供應鏈。截至 2021 年止，已與 103 家原物料廠商簽屬承諾書。

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

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



● 圖 4-2 從在地農產品開發的產品「酒讓護手霜」

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

4.2.2 綠色供應商占比逐年提高

目前以供應商總家數來看，歐萊德的綠色原物料廠商佔比已高達 85.43%，其中，綠色原料廠商比例達 81.40%，綠色物料廠商更高達 89.47%，未來我們除了持續與供應商共同綠化，也將繼續提升綠色供應商佔比。

4.2.3 供應商共同參與 CSR 活動

2016 年開始，供應商除了簽訂「企業社會責任行為準則承諾書[1]」外，每年均受邀一同參加歐萊德主辦的「淨灘」與「關燈 60+」活動。希望透過活動傳達我們的理念，也讓供應商藉由親身彎腰撿拾垃圾，以及透過關燈一小時的動作，深刻體驗為什麼我們會對綠色產品如此堅持，從身、心、靈徹底綠化起來。

註：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、資訊揭露等等，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，藉由與各供應商和綠色電商聯盟夥伴簽署承諾書來共同落實企業的社會責任，對消費者及社會大眾許下永續的承諾。共組友善社會、與大地和諧共存之綠色供應鏈，一起讓世界變的更美、更好。

年度	綠色原料供應商	綠色物料供應商	綠色原物料供應商
2019	80.43%	87.8%	83.91%
2020	82.98%	88.68%	86.00%
2021	81.40%	89.47%	85.43%

● 表 4-3 歐萊德近三年綠色供應商佔比



● 圖 4-3 關燈一小時活動

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

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

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

4.3 綠沙龍

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

「綠沙龍」是我們從 2011 年開始就一直倡導的理念，希望讓大家更著重於愛護自己與家人的健康，以及愛護我們的環境。

4.3.1 台灣綠沙龍

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

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

並且 2011 年開始，我們連續 11 年邀請沙龍設計師共同參與 CSR 活動，以身體力行實踐減碳、親近大自然作為我們學習愛護環境的第一步。提高沙龍老師對地球永續議題的關注，讓「減碳」目標實際付諸行動，甚至將綠色生活理念落實在生活當中，再將綠色影響力延續傳遞給設計師所服務的客戶，成為綠色時尚的代言人，因此成功在最具影響力的美髮產業，持續揮灑出一片茂盛綠意。2018 年起甚至開始推廣顧客使用行動支付響應無紙化、落實節能減碳，並提供客戶更為快速及安全的付款流程，我們載入顧客訂貨系統，提供顧客即時查閱明細。自推廣起截止至 2021 年底，超商繳款筆數約三萬二千筆，並持續推廣增加顧客使用，大幅減少紙張用量及郵資費用。



● 圖 4-4 為沙龍客戶舉辦「讓美麗有頭有臉活動」

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

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

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

4.3.2 國際綠沙龍

(一) 經銷商大會

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

歐洲是對環保建設相當積極的地區，也是我們非常重要的市場，每年我們會利用三月份義大利最大的 CosmoProf 美容展覽與經銷商交流，分享研究開發的新品與品牌策略。

自 2020 年開始，全球因受到疫情影響，許多實體活動紛紛取消，包含美妝業最盛大的展覽 - 義大利 CosmoProf 也不例外。因此我們特別舉辦線上全球經銷商大會，邀請全世界各地的歐萊德夥伴包括瑞士、瑞典、芬蘭、荷蘭、奧地利、波蘭、俄羅斯、烏克蘭、白俄羅斯、斯洛維尼亞、沙烏地阿拉伯、日本、比利時、韓國、香港等國家代理商參與線上會議，持續傳播品牌的綠色理念及新產品。

我們正共同經歷氣候變遷與極端氣候的挑戰，並開始思索要給下一代怎樣的地球。而我們能用永續新語言溝通說服歐洲、亞太地區甚至阿拉伯國家的國際經銷商， 除了憑藉創辦初心外，19 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、再生塑膠押頭屢獲世界各項大獎肯定，奠定歐萊德全球永續領導地位，並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，持續不間斷地傳達給我們的綠色種子。



● 圖 4-5 經銷商大會線上會議



● 圖 4-6 經銷商大會線上會議實況

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

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

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

(二) 國際經銷商綠色行動

(1) 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。

(2) 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。

(3) 俄羅斯沙龍：

俄羅斯的經銷商總部位於莫斯科，品牌經理 Natalia 是個十分熱情且富有創意的人，每年看到我們從台灣分享的淨灘活動，都覺得格外有意義。Natalia 團隊也因此回過頭調查當地的環境現況，發現莫斯科附近的海灘都已十分乾淨，但河流所遭受的污染卻沒有被看見。因此他們啟動了最適合當地環境的”河流與森林的潔淨計畫”(Cleansing the riverside and forest)，從受到汙染的河川下手，撿拾打撈河川的垃圾，給予大自然最需要的幫助。

(4) 新馬綠沙龍：

我們在新馬地區的綠沙龍夥伴，舉辦森林日登山活動，帶領我們的團隊一同體驗大自然，啟發我們更加珍惜自然資源。

其他在全世界各地還有更多我們的夥伴同步進行著無數的綠色行動，共同發揮我們的綠色影響力。



● 圖 4-7 國際經銷商綠色行動

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

表 4-4 國際經銷商 Green up!

國際經銷商	綠色措施		
義大利	*支持兒童福利機構。	*支持當地藝術表演。	
波蘭	*將搖籃到搖籃精神具體實踐，與企業營運緊密串聯。 *FSC認證衛生紙、印刷用紙。 *使用二手設備。	*採用LED燈具。 *垃圾分類。 *實行最低訂購量制度。	*選擇有ISO 14001:2015認證之運送業者。 *舉辦一日癌症婦女造型活動。 *回收沙龍用染髮膏鋁條。
立陶宛	*採用節能燈具。		
奧地利	*將搖籃到搖籃精神具體實踐，與企業營運緊密串聯。 *公平貿易咖啡、有機餐食、環保辦公文具。 *採用FSC認證衛生紙。 *採用環保清潔劑與化妝品。 *採用LED燈具、不採用空調設備。 *採用省水裝置。 *參與種樹活動、鼓勵美髮沙龍設置植生牆。	*以大自然中無廢棄物的精神，倡導垃圾分類，以利後續再利用。 *與髮型設計師及消費者形成綠色社團，推動環保。 *實行最低運送量政策，採用使用生質燃料車輛運送。 *參與地球一小時 (Earth Hour) 活動。 *支持當地環保活動，如都市農園計劃 (Urban Farming) 、社區花園計劃 (Community Gardening)、維也納兒童花園計劃 (The Children's Garden)，推動環境教育、永續作為以及保護地球等理念。	
丹麥	*丹麥沙龍支持癌童活動。		
白俄羅斯	*聯合國兒童基金會慈善活動。 *持續維護2015年種下的蘋果樹。	*捐贈蘋果果實，持續種樹。	
荷蘭	*荷蘭支持癌症基金會。	*回收沙龍用鋁條。	
比利時	*參與聖誕義剪活動。		
保加利亞	*利用佈置物傳遞永續理念。		
韓國	*採用節能設備，節約日常用電。 *教育訓練區的室內環境綠化。	*不使用紙杯，自備杯子。	

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

國際經銷商	綠色措施	
加拿大	*傳遞分享歐萊德的永續理念。	*垃圾分類。
日本	*一起使用公共交通工具。 *至新創時尚品牌展中，傳遞綠色髮妝魅力。	
瑞典	採用的Eco-Friendly 物品，例如: *約莫 90% 的商店都安裝了 LED 照明，減少電力消耗並改善了熱流。 *Lyko 商店、辦公室和倉庫中的所用電力，都是來自 100% 水力發電產生的潔淨能源。 *Lyko 致力於減少塑料袋的消耗，為減少亂扔垃圾和更可持續地利用資源做出貢獻，並加入 One Bag Habit 計畫。 *正在改用更可持續製造的塑料袋。 *包裝產品的盒子使用由100%第三次回收的再生纖維材料製成。 *Lyko 提供多種運輸客戶包裹的選項。 ＊提供客戶低碳運輸的選擇，例如電動汽車或自行車運輸。	
愛沙尼亞	*倡導珍惜資源，將愛地球小習慣落實生活中。	
芬蘭	*綠色沙龍提供服務，傳遞理念。	*用環保購物袋，垃圾分類。
俄羅斯	*淨河。	*支持並使用Eco-friendly物品。 *辦公室使用LED燈具。 *使用可分解垃圾袋、使用環保紙箱做為物流箱。 *使用環境友善的書寫文具(筆)。 *在辦公室與教育訓練中心做綠化(擺放植物)。
羅馬尼亞	*利用佈置物傳遞永續理念。	
沙烏地阿拉伯	*沙漠種樹活動。	*綠色環保品牌概念店開啟。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

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

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

4.4 全員身心一起綠化

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

(1) 綠色生活公約：

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

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

(2) 有機蔬食動手做：

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

(3) 培養環保意識由打掃環境開始：

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



● 圖 4-8 每位同仁輪流洗菜、切菜、裝盤，培養綠色意識

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

4.1 綠色採購

4.2 綠色供應商

4.3 綠沙龍

4.4 全員身心一起綠化

第五章 綠色影響力

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



●圖 4-9 歐萊德員工家庭日



●圖 4-10 歐萊德員工家庭拜訪



●圖 4-11 員工綠色闖關活動



●圖 4-12 透過與員工家庭的互動，傳遞環境教育的資源保護觀念

(4) 員工家庭拜訪：

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

(5) 環保活動一起來：

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

(6) 員工家庭日：

我們每年皆固定安排與員工家屬互動的時間，舉辦專屬於員工的家人與親友的綠建築總部參訪家庭日。2018 年更成立跨部門組成的小組籌備會，精心安排具環境教育意涵的親子闖關活動，再過各站導覽人員精心解說歐萊德綠建築總部的奧妙之處後，我們希望由每一次的活動與互動當中，讓員工親友家人都能更有環境保護的意識。正所謂善的事情、對的事情，要認真做、持續做之外，還要找更多人一起做！

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

05

第五章 綠色影響力

Our Green Impacts

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



● 圖 5-1 零碳 - 零環境衝擊

5 綠色影響力

5.1 環保公益活動

一場疫情，暴露出人類在大自然面前的渺小，人們也開始省思該做什麼才能保護我們的地球、我們的家園。歐萊德不僅產品、服務堅持綠色永續，更致力於減碳的落實與呼籲，我們彎腰捲袖、親力親為，只為一個更美好的未來，歐萊德連年累積的綠色能量，希望集結眾人力量，期盼與你一起讓世界變好。

歐萊德年年積極倡議種樹、關燈、淨灘等環保 CSR 行動，2021 年 Earth Hour 關燈一小時因 Covid-19 疫情影響採線上直播，讓民眾待在家中也能參與串聯超過全球 190 國的環保公益行動；淨灘行動已執行十年，2021 年受 COVID-19 疫情影響，無法實際號召淨灘行動。2021 年起歐萊德往下一個里程碑邁進，建構工業循環系統，全面進行回收材料再利用，讓包裝材料真正進入循環回收系統，達成循環經濟的最後一哩路－回收再製。

從 2012 年起也將綠建築總部開放外界參觀，除了國內外大企業、學校以外，也主動邀約總部周遭的社區居民、代理商、沙龍客戶、員工家屬等重要的利害關係人。

從 2012 年起延攬實習生進入企業實習，主要目的是希望能讓年輕學子認識此一優秀的 MIT 綠色髮妝品牌，另外也提供機會，讓大學在學生體驗企業、近距離了解企業營運。至 2020 年底共有來自台灣大學、清華大學、高雄醫學大學、台灣科技大學、弘光科技大學、義守大學、銘傳大學及開南大學等學校的化妝品科系、企管系、行銷系、工商管理系及商品設計系等進入歐萊德公司實習，實習的單位包含總經理室、行政管理中心、品牌設計中心、品牌行銷中心、電商平台處、百貨專櫃處、有機植萃研發中心及品質管理中心等。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.1.1 COP15 聯合國生物多樣性大會

主辦單位世界氣候基金會表示，來自全球的科學證據告訴我們，全球暖化造成生物多樣性的損失，不光是對植物與動物的直接與間接傷害，更讓人類居住的環境，逐漸喪失調適與解決暖化的基本功能。世界生物多樣性峰會期待透過投資方的介接，讓政府、企業、非政府組織等各界，能更有效投入自然碳匯領域，解決氣候與生 物多樣性危機。

聯合國 COP 15 全球生物多樣性峰會，由查爾斯王子開幕演說時發表：「為了建設一個永續發展的未來，我們必須在各個層面加速。過去一年，通過我的『永續市場倡議 Sustainable Markets Initiatives (SMI)』，已經召集了各行各業的領導者，並向他們提出挑戰，找出一個讓我們星球能走上持續發展軌跡的方法。我將推出“Terra Carta”(土地憲章) 作為自然、人類和地球恢復計劃的基礎，呼籲世界各地的 CEO 參與並在引領全球轉型中發揮自己的作用。」

來自台灣代表亞洲中小企業的歐萊德創辦人葛望平，以「±R 計畫」，提出將過去 Reuse、Refill、Reduce 的工業思維，提升到 Respect(尊重)、Respond (回應)、Revive(復甦) 的生態思維。「+」增加對自然萬物的尊重與、「-」減少對身體與環境的負擔，致力萬物生態的恢復。

儘管全世界保護生物多樣性與零碳焦點，都在大品牌身上，但根據世界銀行 World Bank 統計，全球 90% 以上為人數 250 人以下的中小企業。歐萊德雖是中小企業，但自 2006 年即展開綠色永續目標執行，將服務對象從顧客利益擴及到生態與社會利益。

作為全球第一家達成零碳的美妝企業，葛望平表示：「製造業必須採取行動減少碳排放，如果中小企業可以做到，證明零碳是可行的」，在演講中再次強調綠色永續，並非只是企業責任，是機會、競爭力，更是生存力。



● 圖 5-2 2021 COP15 歐萊德總部現場視訊

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.1.2 COP26 國際氣候變遷大會

2021 年歐萊德受邀參與 COP26 聯合國全球氣候峰會（WCS）與全球生物多樣性峰會（WBS）的兩場企業論壇。當中聽到各國代表與企業談論如何因應氣候變遷時，幾乎仍處於想法溝通，承諾年限更是拉長到 2030 年以後，更讓歐萊德董事長葛望平迫不及待地分享落實零碳永續的終極解方。

「回收再製」是循環經濟的最後一哩路

企業進行生產製造時，必須從過去的線性經濟，提升到循環經濟，善用「生物循環」與「工業循環」的原則，才能大幅降低二氧化碳的排放。而在「如何優化商業和政策，以實現循環經濟」WCS 論壇的交流中，發現世界各國政府在循環經濟領域，普遍缺少最後一哩路。目前各國對於「回收」有著各種鼓勵基金，但在「再製造」的部分，卻未看見獎勵政策。沒有任何引導誘因，回收材料就會變成垃圾，進入焚化爐燃燒，無法達到降低二氧化碳排放的目的。在去石化的包裝材料上，我們訂下的綠色標準是全面建構 PCR 包裝綠色供應鏈，完成建立 rPE, rPP, rPET, rPETG 供應鏈，以及應該去除複合材質、去電鍍包裝，讓包裝材料可進入回收循環系統，依此我們達到自 2017 年以來，成功阻止 500 萬塑膠瓶身流入大海。

「去石化」是恢復生物多樣性的第一步

人類毀林的後果，除了導致氣候變遷，還有生物多樣性的消失。當氣候變遷危害到生物多樣性，大自然的生命網絡即產生斷鏈，增加流行疾病從野生動植物傳給人類的風險。
欣見各國政府開始承諾停止雨林砍伐，而企業可以做的部分，則是全面朝往 Biobased 的標準前進，這將是恢復生物多樣性的起點。

當今最具公信力的認證是來自美國農業部 BioPreferred 計畫。該計畫的目標可以減少對石油的依賴，增加生物基產品的購買和使用，進而促進可再生農業資源的運用，有助於減少對環境和健康的不利影響。
歐萊德在「可持續與再生農業發展的關鍵策略」WBS 論壇中分享著如何善用農業副產物替代石化成分，例如：利用廢棄的咖啡渣萃出咖啡油、咖啡皮萃出咖啡因、高粱酒酒糟與枸杞根等製造髮膚美妝產品。

這樣的創新作為，是從過往的工業角度提升到生態層次，採用生物循環的方式解決工業革命所帶來的氣候變遷問題，同時增加農業的經濟發展性與農夫收益，亦即從過去 Reuse、Refill、Reduce 工業循環的原則提升到 Respond、Revive、Respect 生態層次的角度，傾聽、回應、復甦、尊重，與大地萬物生態共存共榮。

當 COP26 各國政府或企業代表，還在進行思維交流與策略討論時，歐萊德已經達成的零碳案例的確帶給在場人士相當大的鼓舞與啟發，他們會後紛紛表示將會更勇敢且盡全力加速地往綠色永續發展。
地球警鐘已經響起，人類並不需要華而不實的生存遊戲，而是必須重新思考生命的意義與價值，重新定義什麼是真正的成功。讓成功不僅是你的成功，而是擴展到全人類的成功。



● 圖 5-3 歐萊德受邀參與 COP26 聯合國全球氣候峰會

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.1.3 氣候股長

「氣候變遷不是書本讀到的知識或遠在天邊的恐懼，而是既存的現實」

相信孩子引領改變的力量，2019 年，歐萊德與一群關心氣候變遷、環境保護的熱情青年組織「台灣青年氣候聯盟」首創於學校設立「氣候股長」，讓氣候議題走入校園、增加師生對氣候變遷認知，以環境教育為永續札根，與台灣下一代的力量帶領社會共同改造地球的未來。

氣候股長專案的目標是將氣候變遷科學知識，轉譯成「有感覺」(making sense) 和「有趣」(having fun) 的教案。並針對不同學習階段（高中、國中、國小）與課程形式（廣度、深度）規劃相對應的教案，增加師生對氣候變遷認知，並深入教育部認證永續校園，包括台北市北投國小、嘉義縣太和國小、宜蘭縣二城國小、台中市大業國中、台北市大直國中、桃園市內壢中學、台南市南光中學，2021 年共有 455 位學生上過氣候股長專案的教案，教案內容聚焦在溫室氣體、日常生活碳足跡、 青少年的氣候行動、再生能源、低碳交通運輸、環保蔬食且因應時事，新增乾旱相關的水資源管理以及碳關稅相關的氣候行動。

氣候股長培育過程中，歐萊德與 TWYCC 將嚴肅氣候變遷議題轉化成桌遊、互動遊戲及分組討論，引領孩子自我思辨、團體論證，並藉由氣候導師的問答挑戰，摸索出集體共識與個人可實踐的行動，讓這些綠色種子有日足以領導並發揮影響力，並透過全球青年的自主號召，使氣候議題更廣泛地被看見與討論，讓公民社會準備好面對未來的氣候危機。



● 圖 5-4 世界首創推動於學校設置「氣候股長」

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.1.4 Earth Hour 地球一小時－關燈活動

Earth Hour 是 2007 年由世界自然基金會（WWF）於澳洲雪梨發起的全球性環境公益活動，藉由「關燈」行動，呼籲大眾正視氣候變遷議題，關注地球面臨的問題，在每年三月份的最後一個星期六，當地時間晚上八點半關上不必要的電燈一個小時。「2021 Earth Hour 60+ 關燈一小時」於 3 月 27 日晚間，在新北市市民廣場前舉辦關燈倒數計時，因應疫情同步線上直播，讓民眾待在家中也能參與串聯超過全球 190 國的環保公益行動。今年集結各界力量，台灣節電量再創新高，總計 12.5 萬度，約減少 63,625 公斤二氧化碳排放量。截至 2021 年 3 月，全球共有 192 個國家與地區、超過 18,000 多個世界地標，一同響應這全球最負盛名的環境公益活動。

為自然發聲！創作官方主題曲「為愛關燈」首播

連續 11 年主辦的 O’right 歐萊德今年除持續號召超過百位各界名人、2,137 家企業共同響應外，更首次邀請到新北市政府擔任活動指導單位。由新北市府大家長侯友宜市長、歐萊德葛望平董事長與蔡怡穎總經理、合作倡議單位台灣青年氣候聯盟 (TWYCC) 張寒瑋理事長，以及連年響應此節能行動的跨界才子黃子佼，一同為關燈倒數。現場也搶先播放了此次 WWF（世界自然基金會）授權的響應曲目「為愛關燈」，由關注環境議題的跨界王黃子佼演唱並親自填詞，從起初拍攝影片響應，到看見主辦方歐萊德對於環境永續的用心，連年持續參與的心得，集結成為這首歌曲，創作精神更是超越語言，讓 WWF 官方都感受到並認同，成為台灣區的主題曲。全台各界為自然發聲不遺餘力，透過全球性的環境公益，再次展現台灣共同努力的成果。

減碳愛地球 不只自己還要一起

除了活動主辦場地新北市府周邊商圈準時熄燈外，總統府與六都首長也連兩年參與支持，響應多年的信義商圈，共有十多家百貨商辦同時關掉外牆等不必要的電源，著名景點除台北 101 還有同屬綠建築的南投向山遊客中心和高雄國家體育館，以及台中國家歌劇院與高雄衛武營，充滿文藝氣息的藝術中心，熄燈後更顯靜謐美感。各界齊力呼籲民眾重視日益加劇的氣候變遷，以日常節能緩解暖化問題。主辦方歐萊德今年以「不只自己還要一起」為號召口號，集結各界為自然發聲，大力邀約名人發揮自身影響力，除品牌全台百貨體驗館及獲得日本、中國、及國際經銷夥伴共超過 16 國家響應，串聯綠色供應鏈廠商，更號召超過數千家綠沙龍等企業店家參與。只因在環境永續之前，沒有競爭只有共好，從自身做起榜樣，才能推己及人，號召節約不必要的能源，改善過度消耗地球資源的生活習慣，以日常的微小行動為未來帶來巨大改變。



● 圖 5-5 關燈一小時，關燈活動

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄



● 圖 5-6 環境保護從愛上大自然開始，透過活動，不只維護樹木的健康，也讓我們以截然不同的角度更親近大自然

5.1.5 種樹活動

歐萊德從 2011 年開始與台大實驗林合作，親手種下每棵樹苗、認養原始林地，為維持地球碳平衡貢獻心力。我們期望透過種樹認養造林計劃，發揮企業社會責任的影響力，凝聚更多自然而美好的綠色希望，讓歐萊德與孩子的明天一起讓世界變好。

連續十一年以實際行動減碳，認養 3.6 公頃林地種樹，將綠色幼苗孕育為近 10 公尺高的林木，至今持續認養 2,660 棵樹，為地球減少 189,244KG 碳排放量。

歐萊德的種樹與護樹計劃，一方面增加樹林的數量、另一方面投入資源維護現有森林，修復遭受到破壞的森林生態，所以我們考慮的不單單只是增加森林儲碳量，更希望可以豐富生態圈、孕育多樣生物。森林是重要的自然資源，它是許多野生動物的家，並可以透過光合作用淨化空氣、調節氣溫，更具有水土保持的功能，間接保衛你我的家園。

歐萊德團隊不僅參與種樹行動，更在生活中透過習慣及用品，守護這片土地。

1. 全面落實各類表單電子化，推動無紙化作業。
2. 使用 80% 回收紙節省森林資源、使用 FSC 永續森林用紙、FSC 認證衛生紙，鼓勵永續森林意識。
3. 在綠建築總部共計有 60 棵櫻樹、楓樹、落羽松等 16 種大小喬木，600 株七里香、台灣杜鵑、金露花等灌木。

守護森林並不只是種樹，是在種樹後仍能定期勘訪、認真對待這片森林土地，更要讓這份綠色心意持續擴散。

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.1.6 淨灘

海洋垃圾帶來的影響，遠比我們看到的還要深遠，漂流在海洋中的垃圾，嚴重影響生態，海鳥被塑膠袋困住、海龜誤食塑膠吸管，這些令人不忍的畫面，你很可能都看過照片並不陌生，而當物種因為生態威脅趨向單一化，帶來的就是生物急遽大量滅絕的潛在風險，萬物生命網絡斷鏈，最終反撲回來的的也會是人類，在影響更劇之前，我們該如何一步一步改善？讓我們的海洋深呼吸，再現湛藍。

讓海洋深呼吸的第一步：淨灘

「改變大環境從小事做起」歐萊德自 2011 年起舉行淨灘活動，號召綠色供應鏈夥伴、綠沙龍老師、同仁家屬一同參與，歐萊德的淨灘活動，2015 年至 2019 年累計撿起 1,940 公斤的垃圾量，相當於減少約 3,996 公斤碳排放量，也等同為地球種下了 363 棵 20 年生大樹，但豐碩的淨灘成果卻也看到殘酷的事實：海洋垃圾問題沒有隨著一場又一場的淨灘活動而減少。

從源頭減塑，期待海洋再現湛藍

歐萊德淨灘行動已執行十年，2020 年因受 COVID-19 疫情影響，無法實際號召淨灘行動。2021 年起歐萊德往下一個里程碑邁進，2017 年起即建構工業循環系統，全面進行回收材料再利用，讓包裝材料真正進入循環回收系統，串連瓶器工廠和資源回收站，合作再生 PCR 塑料瓶器供應鏈，減碳成效高達 80%，達成循環經濟的最後一哩路－回收再製。2017 年至今已成功阻止 500 萬個塑膠瓶與塑膠押頭落入溪流、大海或焚化爐。

歐萊德希望與消費費者共同實踐零碳，以尊重萬物的永續思維，實踐零碳行動，讓海洋再現湛藍，延緩生物多樣性問題。



● 圖 5-7 董事長親自帶領撿拾垃圾，深刻體會大自然所受到的傷害。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.1.7 洪水來臨前紀錄片

歐萊德董事長葛望平表示：「地球如今進入了氣候緊急時代，我們將會是目睹氣候變遷的一代，也是唯一有機會拯救地球的一代。」

歐萊德長期投入零碳永續發展，2021 年贊助知名紀錄片《洪水來臨前》，由李奧納多迪卡皮歐出任聯合國和平大使的視角，帶領大家深入瞭解危機形成的原因，並揭露可能的解決之道，並且為下列問題找到答案：「我們能夠在為時未晚之前，採取行動阻止災難發生嗎？」

此次與國家地理頻道合作，藉此紀錄片作為微小的引子，期盼能引發大眾理解關注氣候變遷議題是我們的終身任務，一同守護我們唯一的地球。

5.1.8 歐萊德國際公益專案

播下閱讀的種子 - 共好公益行動

2021 年，在全國創新創業總會的支持下，歐萊德與遠見天下文化教育基金會共同攜手促成【播下閱讀的種子】共好公益計畫，以期刊贈閱的方式，灌注豐富的閱讀資源。用行動，提供孩子最實質的閱讀的資源；用閱讀，給孩子自信成長的力量。歐萊德投入更多教育資源，回饋貢獻予台灣社會，此次計畫遍及 4 所學校，35 個班級，將近 600 位孩子，提供桃園地區的孩子們更多的閱讀資源，為台灣創造一個更好的教育環境。



● 圖 5-8 與遠見天下文化教育基金會共同促成共好公益計畫，提供學校多元的閱讀資源

捐贈企業：歐萊德國際股份有限公司

受贈雜誌：■ 未來少年 □ 未來兒童

學校： 高原國小

學生閱讀『未來兒童』『未來少年』印象最深刻的內容或心得感想：

我印象最深刻的是未來少年裡的歡樂動動腦，因為裡面有好笑故事、笑話；和有趣的謎語例如：天神上課中 點石成金，這是一個好笑又有趣的故事，還有特別企劃裡的不失敗寒假計畫，裡面有許多有趣的知識和計畫內容可以寫或畫什麼。這些未來少年裡教了我許多知識，及一些可愛的小文章。

我要跟捐贈雜誌的叔叔/阿姨說：

我要謝謝捐贈雜誌的叔叔和阿姨，謝謝你讓我們有更多有趣、好笑的故事可以讀，你們的故事都很有趣，謝謝您的捐贈。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right



種 樹 活 動

2011年~ 2021年分別為南投清水溝、和社、溪頭共四個地區，持續認養共2,660棵樹=
累積減少的碳排放量為189,244kg碳排放。

＊資料來源：
台灣經濟部能源局公告一棵樹(20年生)吸收碳排量約為11~18公斤二氧化碳，本長由小樹苗開始計算，故採計最低碳量11公斤。

備註：減碳排放量將依照不同種植年份、範圍、與持續年間而有所差異。



Earth Hour 地球一小時

2021 年 Earth Hour 關燈一小時活動當天，全台灣共節電 125,000 度=減少 63,625 Kg 碳排放量 (125,000 x 0.509kg) =63,625Kg /11= 種植 5,784 棵樹
2011 年 ~2021 年活動當天，全台灣共節電 985,000 度= 減少 522,050kg 碳排放= 522,050kg /11= 種植 47,459 棵樹

＊資料來源：
1.節電量為台灣電力公司為此專案監測提供之官方數據。
2. 台灣經濟部能源局以全國電力排放係數2011年至2021年平均數0.509kg計算。
3. 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公斤二氧化碳，本長由小樹苗開始計算，故採計最低碳量11公斤。



國際淨灘日

2020 年起因受 COVID-19 疫情影響，並無實際號召淨灘行動，因此數量統計停留於 2019 年。
歐萊德主辦淨灘活動，2015 年 ~2019 年淨灘共撿拾 1,940kg 垃圾量，1,940 kg x 2.06 = 共減少 3,996.4kg 碳排放量，相當於種下 363 棵 20 年生大樹。

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

● 圖 5-9 2021 年環保公益活動減碳成效

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.2 綠建築總部參訪

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

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

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

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

2021 年共舉行 47 場次的參訪、參訪人次高達 1,145 人次，自綠建築總部啟用後開始統計至 2021 年底，累積造訪人次共 27,517（詳請參考表 5-1）。



圖 5-10 歐萊德邀請所有來訪貴賓共同響應 SDGs

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

● 表 5-1 歐萊德綠建築總部參訪單位 (人次) 統計

類別	2019年	2020年	2021年	2012-2021年
企業界	306	535	803	9,540
沙龍界	221	66	0	5,539
政府單位	64	239	15	1,574
公協會	108	9	12	1,008
學術界	1,081	519	253	8,839
記者媒體	16	29	0	105
鄰里鄉民	0	36	62	912
小計	1,796	1,433	1,145	27,517

註：* 統計期間為 2012 年 6 月落成啟用至 2021 年 12 月底
*2021 年所揭露之數字，以歐萊德行政管理中心提供預約訪客之清單，臨時訪客及貴賓不列入計算正式計算。

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

為了將影響力擴展至到最大，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，再一次以「翻轉概念」重新定義永續精神。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。

而環境教育館的落成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設計，傳遞出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，成為開啟民眾與環保議題之間的互動橋樑，也希望帶給來訪的貴賓們更好的環境教育體驗。

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.3 綠色出版

5.3.1 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。

5.3.2 我是馬克 合作出版插畫、貼文

圖文插畫家我是馬克自部落格時代起，便以生動插畫，轉譯上班族心聲與新知，深受廣大粉絲喜愛，更多年響應台灣區由歐萊德主辦的公益活動關燈一小時。2021 年，歐萊德與我是馬克以零碳永續為目標，首度跨界聯名合作，打造「乾萃一起愛地球」乾洗髮限定組。有別於一般聯名，此次從香氛挑選、配方體驗到包裝設計，皆由馬克親自參與開發過程，這款顛覆傳統的全新液態配方，更通過美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續認證，綠色初心內外兼具，100% PCR 再生塑膠透明瓶器中，添加了與「春池玻璃」合作的 100% 再生玻璃珠，打造出獨一無二的「乾萃一起愛地球」乾洗髮限定組。不僅提供消費者美好產品，更將品牌背後的環境教育精神，經過溝通與交流，以馬克擅長的圖文創作傳遞，化作一系列馬克綠私塾圖文，將艱澀難懂的環境議題，如節能減碳、氣候暖化等，以平易近人的插畫趣味展現，讓更多人認識氣候變遷的影響，齊心提升不同族群的環保意識，讓此次合作別具深意。

5.3.3 It's O'right 電子刊

It's O'right blog ：我們針對綠色議題深入報導，分別以「綠生活焦點」、「永續新知識」、「綠沙龍風情」、「綠色情報站」四大類別進行。

為了進一步將影響力擴大到國外及因應電子化及網路自媒體趨勢，撰寫四大類深度文章及歸納國、內外永續議題報導，並同步製作中英文版本 It's O'right 電子刊放置於官網，提供國外經銷商或顧客瀏覽。

5.3.4 臉書粉專

此外自 2020 年 7 月開始，將社群主力放在旗下二個臉書粉絲專頁，包括：以品牌理念與綠色永續概念為主的「O'right」，透過每日貼文與民眾互動，傳遞永續意識的重要性；另一社群為提供綠色商品服務的「O'right Shop」，將社群主力分成品牌永續概念與商品資訊兩大不同面向，對民眾溝通綠色永續的重要性。



● 圖 5-11 《從沙龍到聯合國》紀錄綠色品牌的企業故事



● 圖 5-12 馬克綠私塾合作出版插畫和貼文

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

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

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.4 讓綠色消費變王道

5.4.1 產品服務

為提供客戶更創新的產品綠色服務，我們除遵循化粧品衛生安全管理法規範，出廠產品皆保有完整產品標示、標籤及資訊，更為每一個產品建立身分證 - 產銷履歷，為品質把關，亦避免消費者購買坊間來源不明的不法產品或仿冒品，並約束各通路合作夥伴，切勿擅自變更或破壞任何產品之標示、標籤及資訊，致力維護消費者的權益。

每個產品有 3 個條碼，分別為：

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

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

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

除了以上三個條碼之外，歐萊德更自主性的在產品增加健康及環保方面標示。在健康標示方面，歐萊德店販產品類皆標示永續成份比例及有機認證成份等資訊。在環保標示方面，全產品皆有潔淨能源製造標示，紙盒則有 FSC 認證標示。

此外，我們亦於社群媒體，包含官網、臉書、IG 或部落格等平台，不定時向消費者宣導與教育，請於購買時認明歐萊德官方「正貨商品」。凡未提供防偽條碼讓消費者查詢貨源的商品，並有撕毀、割毀、溶解產銷履歷、損毀瓶身防偽標籤之商品，皆為不法商品，無法保證其內料品質與貨源。其清楚且詳細的資訊除了讓消費者對產品品質有更進一步的了解，也是歐萊德產品與市場上形成差異化，增加競爭力。



1 產銷履歷 Barcode　國際條碼　QR Code（產品資訊）

圖 5-13 完整產品產銷履歷

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

5.1 環保公益活動

5.2 綠建築總部參訪

5.3 綠色出版

5.4 讓綠色消費變王道

附錄

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

5.4.2 綠色行銷

我們希望經營一個企業的同時，能夠對社會利益跟環境利益有所奉獻，我們想得每一件事就是：它對社會的價值跟意義是什麼，它對環境的意義跟價值是什麼？它能不能夠同時對公司的治理跟發展有所幫助，這三件事情結合在一起，就是我們公司想要追求的目標 ！」——葛望平董事長

2006 年 9 月，歐萊德確立綠色品牌發展方向，我們堅持，只要是對的，就做到最好。我們致力每項作為都必須對人體健康、對環境友善、並對社會有益。我們堅守「萬物皆可用」的信念，秉持著「師法自然，珍愛大地萬物」的品牌使命，盼能為環境播下綠色種子，歐萊德與一起讓世界變好。

我們透過不斷對消費者傳遞落實永續行動、減塑、資源再生重覆使用的重要性，提倡綠色消費，引導消費者認同並接受綠色理念，在其心中埋下綠色種子，將認同轉化為綠色行動，全面落實在消費者日常生活中，成就真正綠色生活永續的價值。

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

（一）產品面：採用環保設計，如瓶中樹、100% 可溯源再生塑膠瓶與再生押頭 、孟宗竹蓋、FSC 認證包裝紙盒等；開發綠色內料，嚴格制定綠色新標準，拒絕添加高風險物質，如「8 free」原則，並善用萬物「以農產品替代化學品」， 如咖啡渣萃取咖啡油、咖啡殼再利用、枸杞根萃取及釀酒副產物酒糟再利用等。用綠色創新的產品，引發消費者綠色意識。

（二）使用面：歐萊德產品經實際量測證實易沖洗，消費者在洗髮護髮時不僅能感受產品的優良功效，同時也能夠省水節電，對消費而言更符合效益也更環保。2018 年歐萊德將整個企業的總排碳量徹地盤查、減量，成功取得「企業組織型碳中和確證」及 9 項產品碳中和確證，更陸續在 2019 年度、2020 年度取得共 77 項產品碳中和確證，且在 2021 年度經由溫室氣體盤查，盤查全產品從原物料採購、製造、銷售階段、消費者使用到廢棄回收的碳排量，並取得碳中和確證。

（三）活動面：歐萊德主辦或合辦大型環保活動如：

(1) Earth Hour 關燈一小時：邀請公部門單位、企業、名人、校園、團體與民眾一同響應全球最大自發性公益減碳行動

(2) 淨灘：邀請沙龍通路業者、供應鏈夥伴、員工及家屬，以實際行動見證守護地球，幫助海洋回復潔淨；2020 年起因 COVID-19 改以社群呼籲大眾從源頭減塑，持續為自然發聲。

(3) 種樹：歐萊德與臺大實驗林合作認養造林計畫，親手種下每棵樹苗、認養原始林地，在全球森林面臨空前嚴峻的危機時刻，我們執行森林保育，來降低地球暖化的速度，歐萊德推動種樹活動累積至今，已種下 2,660 棵樹，並持續認養近 3.6 公頃林地，凝聚與自然共生意識，守護永續大地。

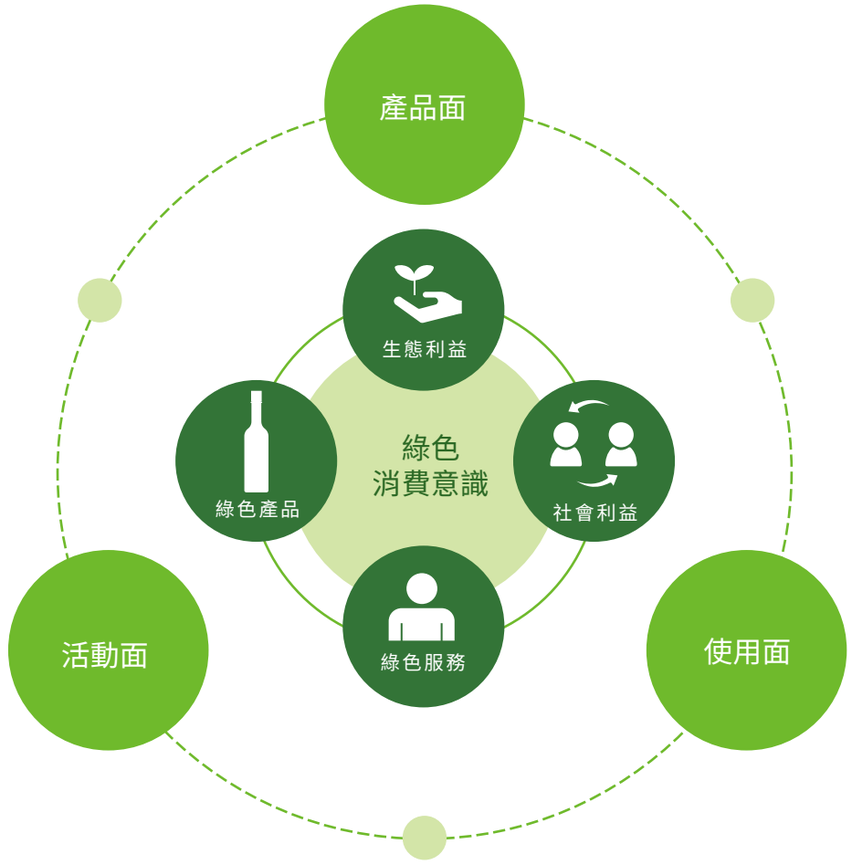


圖 5-14 從四大區塊、三大面向培養消費者的綠色意識

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

附錄一 GRI 指標內容對照表

● GRI 指標內容對照表

* 為今年度重大議題揭露

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
101(2016)		基礎(不包括任何揭露)			
102(2016)		一般揭露			
組織概況					
102-1		組織名稱	1.1	P5	
102-2		活動、品牌、產品與服務	1.1	P5	
102-3		總部位置	1.1	P5	
102-4		營運據點	1.1	P5	
102-5		所有權與法律形式	1.4	P22	
102-6		提供服務的市場	1.4	P31	
102-7		組織規模	1.4,3.1	P28,P31,P84	
102-8		員工與其他工作者的資訊	3.1	P84	
102-9		供應鏈	4.2	P104	
102-10		組織與其供應鏈的重大改變	2.2	P70	洗髮產品使用單一材質再生補充包
102-11		預警原則或方針	1.4	P25	
102-12		外部倡議	2.3	P82	
102-13		公協會的會員資格	1.1	P7	
策略					
102-14		決策者聲明	創辦人的話	P3	
102-15		關鍵衝擊、風險及機會	1.4	P26	

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
倫理與誠信					
102-16		價值、原則、標準及行為規範	1.2, 1.3	P13,P18	
治理					
102-18		治理結構	1.4	P22	
利害關係人溝通					
102-40		利害關係人團體	1.1	P12	
102-41		團體協約	N/A	N/A	公司無工會組織，亦無團體協約，故不適用此項目
102-42		鑑別與選擇利害關係人	1.1	P12	
102-43		與利害關係人溝通的方針	1.1	P12	
102-44		提出之關鍵主題與關注事項	1.1	P12	
報導實務					
102-45		合併財務報表中所包含的實體	1.4	P27	合併財報含日本、中國子公司，但因主要活動位於台灣總部，故本不包含中國與日本子公司之財務報表。
102-46		界定報告書內容與主題邊界	關於歐萊德CS報告書1.1	P2,P9	
102-47		重大主題表列	1.1	P10	
102-48		資訊重編	N/A	N/A	無資訊重編
102-49		報導改變	1.1	P10	
102-50		報導期間	關於歐萊德CS報告書	P2	
102-51		上一次報告書的日期	關於歐萊德CS報告書	P2	
102-52		報導週期	關於歐萊德CS報告書	P2	
102-53		可回答報告書相關問題的聯絡人	關於歐萊德CS報告書	P2	

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
			報導實務		
102-54		依循 GRI 準則報導的宣告	關於歐萊德CSR報告書	P2	
102-55		GRI 內容索引	附錄一	P128	
102-56		外部保證 / 確信	附錄二	P132	
			管理方針		
103-1		解釋重大主題及其邊界	1.1	P10	
103-2		管理方針及其要素	1.1	P10	
103-3		管理方針的評估	1.1	P10	
			特定主題		
*201		經濟績效			
	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.4	P27	
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	1.4	P25	針對管理風險或機會所採取的行動成本，預計2022年將整合並導入量化資料。
	201-4	取自政府之財務補助	1.4	P27	
*203		間接經濟衝擊			
	203-2	顯著的間接經濟衝擊	2.2	P67	
*204		採購實務			
	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	4.1	P102	因包裝樣式眾多，僅能計算總採購金額，無法分別進行重量統計。
*206		反競爭行為			
	206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	N/A	N/A	報告期間無違反相關法規

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
*301		物料			
	301-2	所用物料的重量或體積	2.2, 4.1	P69,P101	
*302		能源			
	302-1	組織內部的能源消耗量	2.1	P48	
	302-4	減少能源消耗	2.1	P48	
*303		水與流放水			
	303-1	共享水資源之互相影響	2.1	P49	
	303-2	與排水相關衝擊的管理	2.1	P49	
	303-3	取水量	2.1	P49	
*304		生物多樣性			
	304-2	活動、產品及服務，對生物多樣性方面的顯著衝擊	2.2	P.50	
*305		排放			
	305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	2.3	P80	
	305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	2.3	P80	
	305-5	溫室氣體排放減量	2.3	P79	
306		廢汙水和廢棄物			
	306-1	依水質及排放目的地所劃分的排放水量	2.1	P60	
	306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	2.1	P60	
307		有關環境保護的法規遵循			
	307-1	違反環保法規	1.4	P.45	報告期間無違反環境法規

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
308		供應商環境評估			
	308-1	採用環境標準篩選新供應商	4.2	P.103	
*401		勞雇關係			
	401-1	新進員工和離職員工	3.1	P87	
	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	3.2	P89	
	401-3	育嬰假	3.2	P90	
*403		職業安全衛生			
	403-1	職業安全衛生管理系統	3.4	P.96	
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	3.4	P.96	
	403-3	職業健康服務	3.4	P.96	
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	3.4	P.96	
	403-5	有關職業安全衛生教育訓練	3.4	P.97	
	403-6	工作者健康促進	3.4	P.97	
	403-7	預防和減輕與業務關係直接相關連之職業安全衛生的衝擊	3.4 3.4	P.97 P.98	
	403-9	職業傷害	3.4	P.98	
*404		訓練與教育			
	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	3.3	P95	
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	2.2	P61	
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.4	P45	報告期間無違反相關法規

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

GRI	特定主題	揭露項目	章節	頁碼	備註
417		行銷與標示			
	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	5.4	P124	
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	N/A	N/A	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	N/A	N/A	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	N/A	N/A	報告期間無客戶投訴隱私受侵犯或資料遺失
419		社會經濟法規遵循			
	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	N/A	N/A	報告期間無違反相關法規

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

附錄二 第三方保證聲明

SGS

ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE HAIR O'RIGHT INTERNATIONAL CORP.'S CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT FOR 2021

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION
SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by Hair O'right International Corp. (hereinafter referred to as O'right) to conduct an independent assurance of the Corporate Sustainability Report for 2021 (hereinafter referred to as the Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in the report presented during verification (2022/06/22~2022/07/15). 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.

RESPONSIBILITIES
The information in the Report 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 verification with the intention to inform all O'right's stakeholders.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The SGS ESG & Sustainability Report Assurance protocols used to conduct assurance are based upon internationally recognized assurance guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for report quality, and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

The assurance of this report has been conducted according to the following Assurance Standards:

Assurance Standard Options and Level of Assurance	
A.	SGS ESG & SRA Assurance Protocols (based on GRI Principles and guidance in AA1000)
B.	AA1000ASv3 Type 2 Moderate Level (AA1000AP Evaluation plus evaluation of Specified Performance Information)

TWLPP5008 Issue 2207

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.	GRI Standards (Core)
2.	AA1000 Accountability Principles (2018)

- evaluation of content veracity of the sustainability performance information based on the materiality determination at a moderate level of scrutiny for O'right, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard v3 Type 2 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018); and
- evaluation of the report against the requirements of Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (100, 200, 300 and 400 series) claimed in the GRI content index as material and in accordance with.

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 AND MITIGATION
Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has not been checked back to source as part of this assurance process.

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

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

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION
On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the 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 reporting criteria.

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

TWLPP5008 Issue 2207

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

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.
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.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, O'right's Corporate Sustainability Report of 2021, is adequately in line with the GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, establishing a more systematic and efficient system or process in data collecting is encouraged. Furthermore, while organizing a quality report, O'right should preserve supporting documents, especially for key performances.

Signed:
For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

AA1000
Licensed Report
000-8/V3-H38UK

Stephen Pao
Knowledge Deputy General Manager
Taipei, Taiwan
18 October, 2022
WWW.SGS.COM

TWLPP5008 Issue 2207

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

附錄三 綠色管理政策

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



目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

附錄四 綠色足跡

2008-2009

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

2010

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

2011

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



2012

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

2013

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

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2014

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

2015

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



2016

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

2017

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

目錄

關於歐萊德 CS 報告書

創辦人的話

第一章 永續經營

第二章 綠色生產與創新產品

第三章 員工照顧

第四章 綠色供應鏈

第五章 綠色影響力

附錄

一、GRI 指標內容對照表

二、第三方保證聲明

三、綠色管理政策

四、綠色足跡

© 2021 Corporate Sustainability Report of Hair O'right

2018

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

2019

- 全面洗沐護用品改用再生押頭
- 完成27項產品與組織型碳中和
- 董事長受邀於聯合國COP25會議發表演說
- 總部升級2.0
- 第27屆台灣精品獎-植萃檸檬草乾洗髮
- 三度榮獲「巴黎永續美妝獎」
- 三度榮獲三項「英國全球綠色環保獎」
- 亞洲質量創新獎
- 經濟部「產業創新獎」－ 綠能生技類
- 國家企業環保獎
- 榮獲國家低碳產品獎勵

















2019

- 國家永續發展獎
- 臺灣循環經濟獎－金級獎
- 桃園市金牌企業卓越獎－愛地球獎
- 五度榮獲天下企業公民獎－首獎
- 遠見雜誌第15屆企業社會責任獎
- 榮獲SGS第一屆企業社會責任獎

2020

- 「第28屆台灣精品獎」-枸杞輕盈身體乳、歐萊德酒釀護手霜、歐萊德源木牙膏
- 二度榮獲「桃園市金牌企業卓越獎」- 愛地球獎
- 二度榮獲國家「低碳產品獎勵」
- 榮獲「國家企業環保獎」
- 四度榮獲「巴黎永續美妝獎」
- 榮獲英國全球CSR卓越獎-金獎
- 榮獲日本Good Design Award-經濟產業大臣獎 / 金獎 /百大最佳設計獎 / 優良設計獎
- 六度榮獲「天下公民獎」-小巨人組
- 榮獲「最佳SDGs概念」金獎 榮獲「全亞洲最佳永續報告獎」

2021

- 榮獲日本優良設計大賞Finalist for the Good Design Grand Award（內閣總理大臣獎）第三名、Gold Award金獎 – 源木牙膏、Best100
- 八度榮獲「台灣精品獎」- 植萃彈力造型油
- 五度榮獲「巴黎全球永續美妝大獎」
- 四度榮獲「英國全球綠色環保大獎」- 最佳永續銀獎、環境政策銀獎、最佳減碳銀獎、綠能發電銅獎、綠色產品銅獎，共五項大獎
- 七度榮獲「天下公民獎」- 小巨人組
- 榮獲遠見雜誌CSR企業社會責任-傑出方案類-社會創新組-楷模獎