

NEWSPAPER

2
ZERO 
2
2

zero
CO₂

zero
IMPACT

歐萊德與你一起讓世界變好

歐萊德代表亞洲中小企業前往聯合國 COP26 專題演講

去石化來源是生物多樣性的第一步

回收再製是循環經濟的最後一哩路



Together Greener

歐萊德代表亞洲中小企業 前往聯合國 COP26 全球氣候峰會專題演講

《聯合國 COP26 全球氣候峰會》 循環和生命週期 - 歐萊德如何透過企業經營策略 實現循環經濟？

歐萊德 2020 年已達成全品項產品、工廠與組織的碳中和，創立初期早訂下綠色標準：原料全面去石化來源 (USDA Biobased 標準)、建構 PCR 包裝綠色供應鏈、制定「碳定價」，2011 年經由 BSI 確證取得台灣第一個碳中和產品，是全球最早達到零碳的美妝企業。

早在 2006 年，創辦人葛望平即啟動綠色永續創新計畫，並強調建構綠色供應鏈重要性：從原料取得、製造生產、運輸銷售、消費使用到廢棄回收的五個生命週期進行減碳。

歐萊德已儲存未來 5 年碳權，是全球美妝第一個擁有「碳存簿」的企業，同時展開 TCFD、SROI、CROI 永續投資管理，未來加速創新負碳的產品與服務。他呼籲，任何產品都應該履行「碳足跡認證」並發展減碳策略，鼓勵全球企業實現零碳排目標，共同對抗氣候變遷，綠色永續並非只是企業責任、而是機會；早做是競爭力，晚做是生存力。

現場主持人會後趣趣地表示：「終於有一瓶沒有罪惡感的洗髮精」，也在這場國際關注的盛事，打破原有嚴肅的氣氛，台下紛紛傳來笑聲；「一支零碳洗髮精」也在聯合國論壇留下美譽及希望。

《聯合國 COP15 全球生物多樣性峰會》 生物多樣性的失衡，不可否認 是來自人類過度使用地球資源

氣候變遷、生物多樣性與人類大規模流行病，三者之間看似沒有關聯性，彼此卻有著相互牽引的作用。當氣候變遷危害到生物多樣性，導致生命網絡的斷鏈時，將會增加疾病從野生動植物傳給人类的風險，終究反撲回環境與健康問題。

歐萊德雖是中小企業，但自 2006 年就展開綠色永續目標執行，企業必須從產品與服務生命週期的五個階段進行碳足跡盤查，才能全面性考量「產品地球足跡」對自然生態可能產生的衝擊，讓經濟與自然環境都能永續發展。

企業進行生產製造時，必須努力降低地表上的碳排放，避免挖掘地表下已固化的碳釋放到大氣中，也就是善用「生物循環」與「工業循環」的原則，有效減少二氧化碳排放，最終達到「零碳」恢復自然生態。

我們應該從過往的工業角度提升到生態層次，「+ 增加」對自然萬物的尊重與「- 減少」對身體與環境的負擔。從過去 Reuse、Reduce、Refill 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。

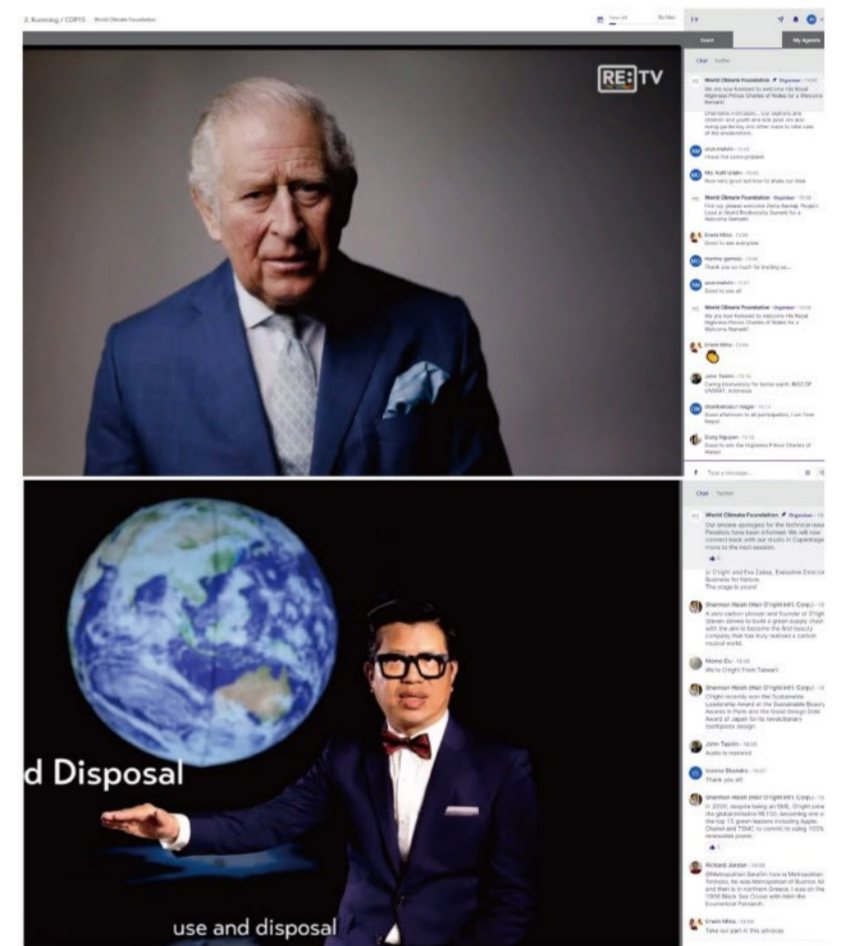
企業必須將服務的對象，從顧客利益擴及到生態與社會利益層次，要與大自然和平共存，就必須從排碳的數據管理開始，致力減少碳排放與環境衝擊。



歐萊德創辦人暨董事長與聯合國 COP26 全球氣候峰會主辦方 WCS 主席 Dr. Jens Nielsen 合影

《聯合國 COP26 全球生物多樣性峰會》 「我們為農夫增加收入！」 恢復生物多樣性比蓋太陽能板重要

歐萊德用企業實例經驗分享，如何將台灣農業副產物運用在自身產品來實踐循環經濟；將生產原料去石化，即避免挖掘地表下的碳，善用生物循環原則來減少碳排，證明企業與農業合作所產生的經濟效益同時可減緩氣候變遷，引發現場熱烈迴響。「我們為農夫增加收入！」葛望平身為實踐家，分享 15 年在台灣深耕與農業合作，增加可再生農業資源的使用，如金門高粱變護手霜、香蕉副產物變面膜布、咖啡殼萃取咖啡因製成洗髮精，多項產品證明農業副產物為企業帶來的經濟價值。葛望平分享，歐萊德高達 77 項全產品零碳，及成分通過第三方認證—美國 USDA Biobased 生物基天然永續驗證，證明企業是有做到「零碳」的可行性。



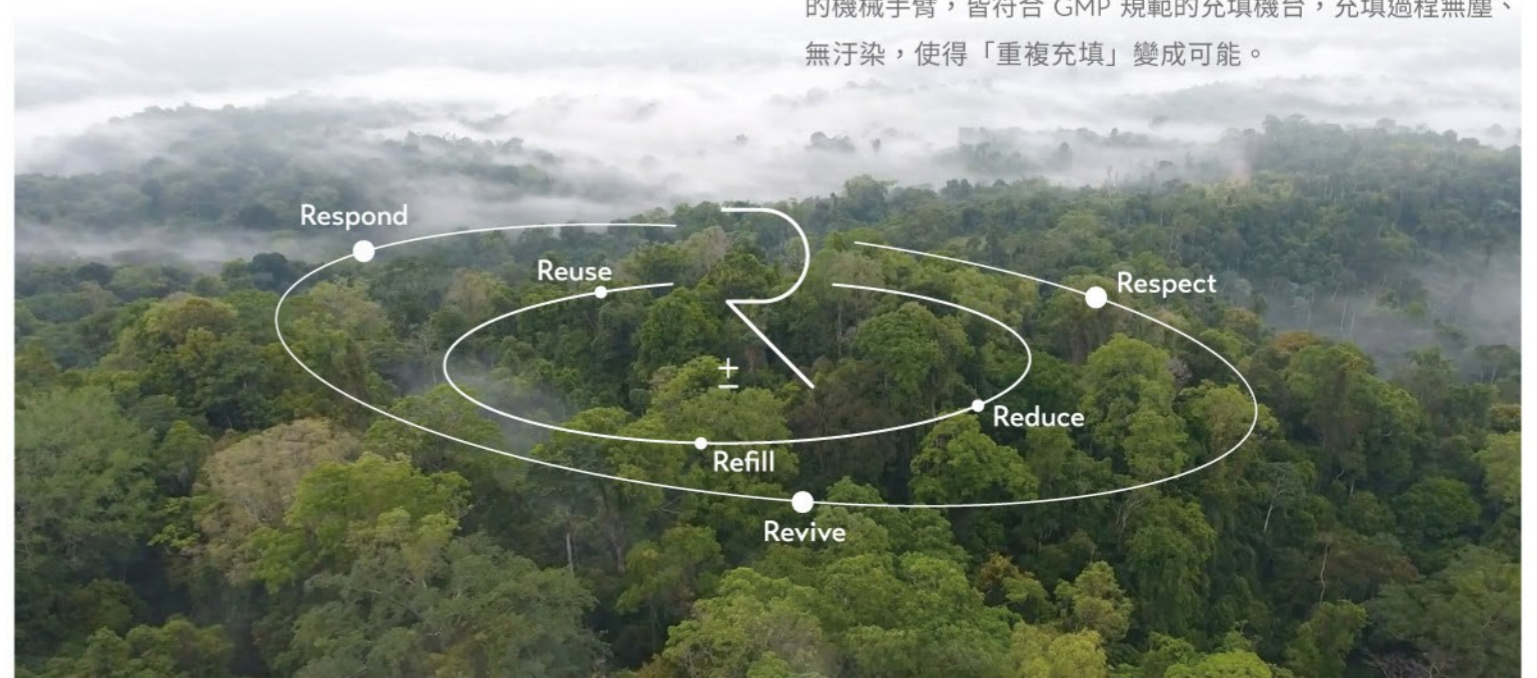
亞洲唯一中小企業歐萊德與英國查爾斯王子於聯合國 COP15 全球生物多樣性峰會同台演說

增加「+」對自然萬物的尊重 減少「-」對身體與環境負擔

士R計畫是將過去的工業思維 Reuse(重複使用)、Reduce(減少)、Refill(重複充填)提升至生態思維 Respond(回應)、Revive(復甦)、Respect(尊重)，希望把消費行為納入永續循環中，串聯製造到消費，提供消費者尊重萬物的零碳消費新生活。

零碳美妝先驅 持續綠色創新

歐萊德士R計畫經過兩年以上的醞釀於 2021 年問世，在這個世界第一的環保創新概念中，提出三個零碳消費新選擇：顛覆補充包傳統，世界首創「R-Pack」一改補充包常見的一次性複合材質，使用環保可再生單一 LDPE 材質包裝袋使其便於回收處理；同系列「R-Bottle」在正常使用下，產品生命週期可達 5-10 年，重複使用可累計百次以上；而首家士R計畫概念店中更設有「R 機器」、以「Mr. Right」為名的機械手臂，皆符合 GMP 規範的充填機台，充填過程無塵、無汙染，使得「重複充填」變成可能。





GOOD DESIGN AWARD 2021 FINALIST

歐萊德勇奪全球前三強



GOOD DESIGN AWARD 2021 GOLD AWARD



GOOD DESIGN AWARD 2021 BEST 100

歐萊德以最佳永續企業典範獲得 Good Design Award、Good Design Best 100、Good Design Gold Award，並入圍日本優良設計最大獎 Finalist for the Good Design Grand Award，經 5,835 件作品由 70 多位專業評審評選，最終來自台灣的綠色美妝品牌 - O'right 歐萊德拿下全球前三強的殊榮。歐萊德是唯一入圍的台灣企業，評審透過線上講評—審查委員長 安次富 隆先生表示：「今年我們看到了歐萊德企業整體的營運模式，令我非常感動。一般大家都會強調自己是重視環保的企業，但是從原料取得、製造生產、運輸銷售、消費使用到廢棄回收為止，全部過程具體實施，而且企業還能獲得利益，這是非常困難的。因此當大家說自己是環保時，作為聽的一方，多多少少會半信半疑...不過我看到歐萊德是真正意義上在實踐。不僅我自己，評審委員間也有討論過，認為其他企業應該以歐萊德作為榜樣。簡言之就是，歐萊德顛覆了我們至今為止的既有概念。」

(內容來源：GOOD DESIGN AWARD 官方 YouTube 直播)



■ 台灣酒釀香蕉面膜法國大放異彩，拿下全球永續美妝大獎！

五度蟬聯「美妝奧斯卡」之稱的法國全球永續美妝 (Sustainable Beauty Awards)，歐萊德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，一片面膜讓全球在永續美妝的創新上看見希望。酒釀香蕉面膜從內到外的永續理念成獲獎關鍵，為愛美人士創造「美麗兼具永續」新選擇。歐萊德多年以「不只對人類好，更要對環境好，對地球好」傳達品牌理念，著實為永續美妝領導品牌最佳模範。

連續七屆榮獲天下 CSR 小巨人獎

中小企業小巨人獎項來到第七屆評選，歐萊德七次入圍就包下六次奪冠，打破小巨人組獲獎紀錄。歐萊德平均分達 9.279，在「環境永續」評選項目奪下 9.58，此項也在八十五家企業拿下最高分。歐萊德雖為中小企業，但永續意識超前部署，早已是全球零碳美妝的先驅。

英國 連續四年榮獲全球綠色環保獎

2020 再度獲得國際環保標準組織 The Green Organization 肯定，獲頒全球綠色減碳大獎、全球綠色能源大獎、全球綠色環境大獎、全球綠色永續大獎及全球綠色產品大獎等五大獎項，讓歐萊德更加確定「綠色、永續、創新」的核心價值與「零碳永續」的企業目標。

「去石化來源」是恢復生物多樣性的第一步

USDA CERTIFIED BIOBASED PRODUCT

根據美國政府官方公告，截至 2021 年 12 月，歐萊德共有 60 項產品、3 種獨家原料通過美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續認證，領先全球美妝產業。

[科普知識 1] 只加了 1% 的植物萃取，就可以宣稱是「天然」嗎？

目前全世界尚未明確「天然化妝品」的規範定義，現下廣為人知具有相當公信力的天然認證，大多由 ECOCERT 與 COSMOS 等民間組織，來驗證原料天然來源的取得，然而卻不足以代表產品全成分是否天然，也沒有進入實驗室檢驗。隨著經驗累積，不斷深入探究上述兩項認證的內涵，發現它們偏向傳統的「書面審核」形式。也就是說，審核的標準是依據廠商提交的产品成分資料來判定是否天然，雖然也會進行實地查廠確認，卻不是將產品送到實驗室進行化驗。

[科普知識 2] 了解化妝品天然有機等相關認證

目前由民間私人公司 ECOCERT 及歐洲五個民間協會制訂 COSMOS 都是不錯的認證，歐萊德目前使用的原料也有 93 支獲得上述認證，但其查廠與查原料多屬於檢核來源『文件驗證』，對於產品實際全成分比例存在著許多盲點與不足。而現今最嚴苛的標準就是產品全成分實驗室檢驗，美國政府制訂 USDA Biobased 國家標準，其驗證方法與認證標準是全球最嚴苛也最具公信力的。歐萊德的产品全成分驗證選擇全球最具公信力的美國國家標準 USDA Biobased 官方認證，因此從全球各大天然有機美妝品牌中脫穎而出，榮獲 2021 法國巴黎永續美妝永續產品大獎及永續領導大獎。

[科普知識 3] 怎麼作天然產品 DNA 化驗？

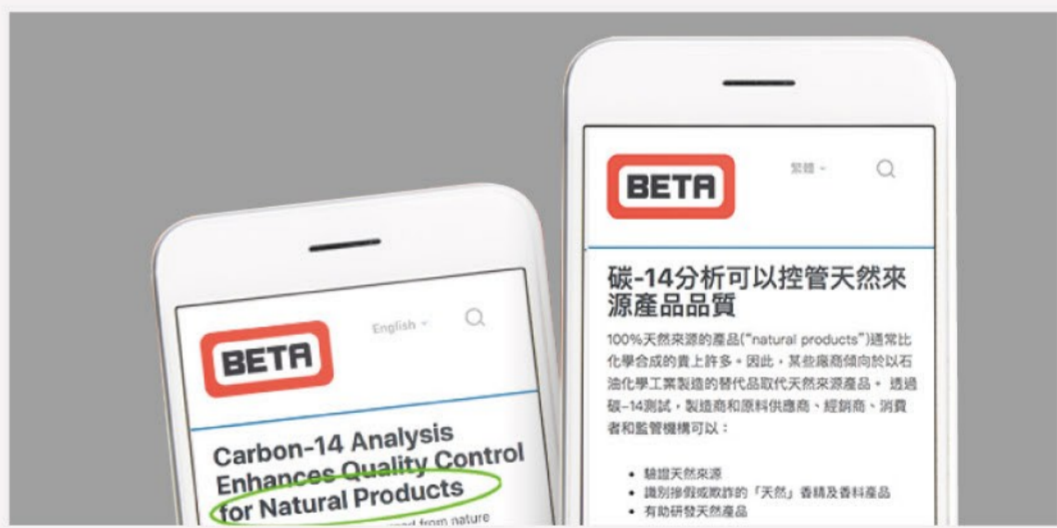
美國官方農業部 (USDA) 採用國際標準 ASTM D6866 方法執行「碳 14」檢驗，以億元級精密質譜儀 (AMS) 測試產品中的「非石化成分比例」，地表上幾乎所有物質都可以用這個方法來檢定並計算出「天然」與「非天然」的百分比，完全符合 ISO 組織所發布的化妝品天然有機指引「ISO 16128」：化妝品的天然，就是「非石化」。目前市面多數號稱「天然」化妝品幾乎都沒有送實驗室檢驗，唯一會送驗的是美國 USDA Biobased 認證，而它的檢驗單位是世界頂尖且受美國政府認證的 Beta 實驗室，也是「碳 14 檢驗法」的領先者，嚴格控管並證實天然來源的產品品質。

[科普知識 4] 美國聯邦政府列優先採購

凡是納入美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續認證產品，就表示原料是來自於植物與其他可再生農業、海洋與林業天然永續材料，可以成功取代傳統石化產品。因為檢驗相當嚴謹，無論產品是否通過認證，都會列在 USDA 官網，而美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續認證標章上的 FP 字樣則被美國聯邦政府列為優先採購產品。



美國官方唯一認可 USDA Biobased 生物基天然永續認證



歐萊德通過全球著名 Beta 實驗室產品全成分認證

美國政府認證 Beta 實驗室是 ASTM D6866 方法的關鍵開發成員之一，並在全球的主要生質標準化行動中擔任技術顧問，如歐洲施行的 CEN/TS 16137 和 EN 16640。經 ISO 17025-2017 認證的 Beta 實驗室一直是碳 14 測試的領先者。



<p>三顆星標示 歐萊德秉持真實揭露原則，全系列產品外包裝根據全成分來源加註一顆星至三顆星，以負責任的態度讓大眾更易辨識產品的天然來源。</p>	<p>純素 (Vegan) 堅持不添加動物來源成分，以最嚴謹的純素標準，成就真正的綠色產品，推薦給所有素食者，同時也是歐美最熱門話題。</p>	<p>不含基因改造生物 (Non-GMO) 選用不經基因改造之植萃來源成分，用心照顧所有消費者身體髮膚健康的同時，也以最綠能量守護地球。</p>
<p>關心動物權益 尊重生命為基礎，配方研發堅持不做動物實驗，以替代性試驗證實產品功效，並支持動物保育與關懷動物權益，成就真正的綠色產品概念。</p>	<p>永續成分 全產品配方原料必須通過歐萊德嚴格制訂的準則，方可列入計算，標示符合生態系統可自然循環、永續生成的比例，給大眾最透明、安心的選擇。</p>	<p>無麩質 (Gluten-Free) 全系列產品不含麩質 (Gluten) 成分，提供髮膚健康與安心完整呵護。</p>

「回收再製」是循環經濟的最後一哩路



#這都你回收的



早在 10 年前，歐萊德就已實踐零碳，2011 年即推出全球第一支零碳洗髮精。在零碳還不普及的年代，歐萊德以實際行動守護地球，10 年來不曾停下腳步，全心致力在綠色永續這條路上，以零碳、零環境衝擊，守護使用者與環境。

你所使用的歐萊德，都是零碳

從盤查碳足跡開始，歐萊德克服成本提高與計算等種種困難，十年有成，終於在品牌零碳永續元年成功達到里程碑。除了樹立標準，更承諾 2021 年將進階達成全產品目標，消費者使用的任何歐萊德產品，皆是友善環境的零碳商品。當面臨急劇變遷的生存危機，淨零碳排絕非只是口號，人們有權利透過使用零碳排商品減少環境衝擊，為下一代守護永續美好家園。

堅持使用再生塑料，打造綠色永續模式

歐萊德很早就將目標設定做出「全球最綠洗髮精」，不只內容物「綠」，連包裝也得符合綠色永續。將《從搖籃到搖籃》提出的概念運用在產品上，讓產品包材盡量避免使用石化原料，甚至可以回歸自然，不僅考慮到消費者使用，更對社會和環境有責任與使命。

第一種「生物循環」系統，利用廢棄的植物材質製作可分解 PLA（聚乳酸）包裝瓶器，當瓶內產品用畢之後，瓶器會分解、可堆肥回歸自然。
第二種「工業循環」系統，將使用過的塑膠材料（如經由回收、分類、清洗、重熔，製成「PCR 消費用品回收再製」（Post-Consumer Recycled），接著使用「消費用品回收材料」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。

阻止 500 萬個塑膠瓶流入大海 100% PCR 消費用品回收再製

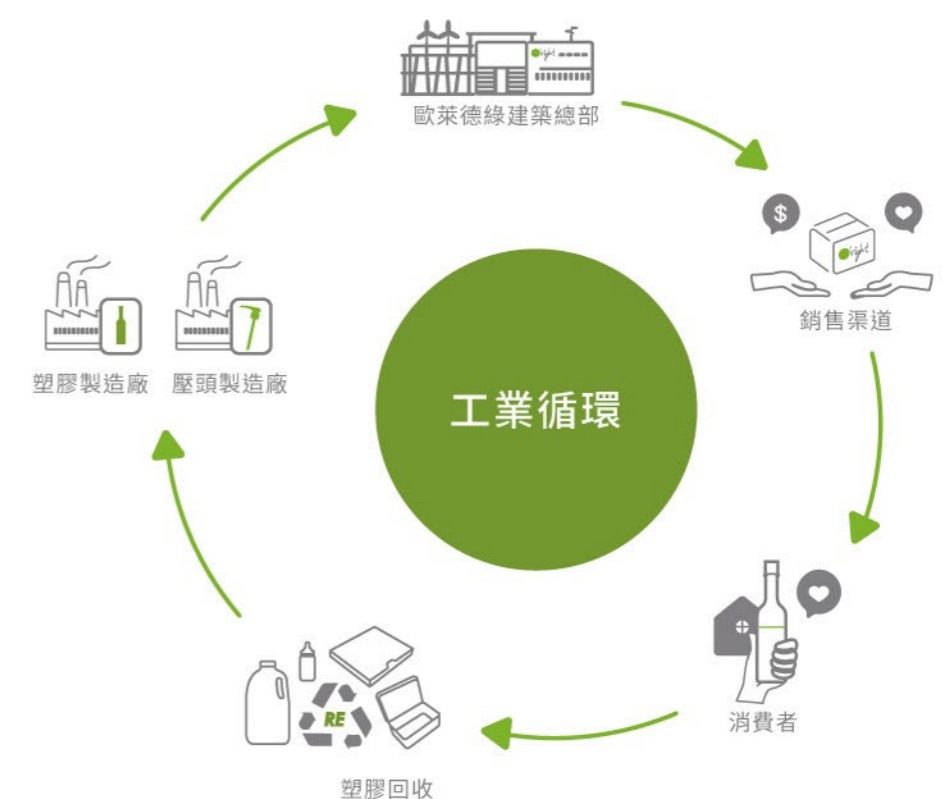
「循環經濟」是歐萊德實踐永續理念的重要里程碑，歐萊德獨步全球，與大豐科技合作推出「100% PCR 消費用品回收再製」。為了不讓塑膠落入海洋與焚化爐，我們建構工業循環系統，全面進行回收材料再利用，串連瓶器工廠和資源回收站，合作再生 PCR 塑料瓶器供應鍊，減碳成效高達 80%；2017 年至今已成功阻止 500 萬個塑膠瓶與塑膠壓頭落入溪流、大海或焚化爐。
台灣資源回收率已達 56.4%，使用塑膠容器回收再製，相較新塑膠可減碳 47 ~ 85%。歐萊德已成功建置 rPE, rPP, rPET, rPETG 供應鍊，並提出去複合材質、去電鍍包裝，讓包裝材料可真正進入回收循環系統。循環經濟的最後一哩路：回收資源的「再生再製」，這是企業的責任。

2018 年全球首支再生壓頭誕生 實現永續循環

歐萊德有了再生瓶身成功經驗的加持，欲使整體容器碳足跡再下降，將產品優化的目標鎖定到以往公認難度較高的壓頭。
相較於容器的瓶身，押頭的結構相對複雜，對於材料的要求條件也較高；在材料挑選上，大豐環保選擇塑膠材質標誌 5 號的聚丙烯（Polypropylene，簡稱 PP），回收來源為大家所熟悉的手搖飲料杯，以及耐熱食品容器。
全球第一支再生壓頭，突破壓頭繁複結構，克服升級再生原料的困難，歷經縝密評估與安全性測試，領先全球，獨創髮妝界先鋒，完成環保的最後一哩路。

什麼是 100% PCR 消費用品回收再製？

- 100% PCR 再生塑膠料（Post-Consumer Recycled, PCR），取自消費後家用品回收再製而成，主要為牛奶瓶、優酪乳瓶、洗髮精、沐浴乳等食品、髮妝、保養品類之塑膠瓶器，自消費者手中回收後，經過清洗、脫水包裝、滅菌處理等流程製成，安全無虞，可安心使用。
- 根據大豐環保科技股份有限公司提供，由 SGS 以英國標準協會所發展之 PAS 2050:2011 標準，進行碳足跡盤查認證資料顯示，使用 HDPE 再生料排碳量為 449.74g CO₂e/kg，而新料約為 1,973 g CO₂e/kg，使用再生料較新料減少約 4.3 倍以上的碳排放量，亦即使用 1 瓶新料製成 250mL 洗髮精的碳排放量，等同於製作 4 瓶 250mL 的 100% 回收瓶洗髮精。
- 歐萊德竭盡使用資源每一分價值，產品包材選用 100% PCR 瓶器，不僅回收更賦予新生命，將你使用的洗髮精，回收再製成你的下一支洗髮精；使用完畢將瓶器按照分類標示就地回收，無須再跑一趟門市，減少交通碳排放；對消費者來說，選購 PCR 綠色產品是最簡單、也是最直接的減碳行為，用循環再生為地球減輕負擔。



引領全球永續美妝的「明日之星」

綠茶洗髮精 20週年典藏版

TOGETHERGREENER

O'RIGHT
20th
ANNIVERSARY
GREEN TEA
SHAMPOO

400mL / 1000mL



2 ZERO Green Tea Shampoo

全球第一支零碳洗髮精


世界第一瓶洗去全球碳足跡的綠茶洗髮精，將於2022年歐萊德20週年之際推出英國綠典藏版，限定發售。

自由意志油

TOGETHERGREENER

O'RIGHT
FREE
POMADE

50mL



隨心所欲 百變塑型

全新水洗式配方，打造自然立體支撐感，完美保濕不傷髮絲，特殊質地易沖洗不殘留。輕鬆造型，瞬間有型，玩髮不黏膩，自由展現魅力。

暢銷書各界菁英聯名推薦



從沙龍到聯合國

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。



近年來減碳、再生能源的發展及使用已是各國總動員，不僅政府提出相關政策方向，還需要產業及社會各界的支持。歐萊德用各項創新的方式打造綠色品牌，從小鎮工廠躍身世界舞台，代表台灣企業勇敢突破、登峰拔尖的精神，更證明環境永續及企業發展是可以並行的。期盼歐萊德的成功經驗能夠與更多企業分享，讓政府、產業界一起腦力激盪，繼續為台灣的環境永續發展的未來提出更多創新作法。

王美花 / 行政院經濟部部長

一個企業的成功，創辦人對價值信仰的決心與堅持絕對是關鍵。歐萊德在葛望平的帶領下，選擇一個當下困難不被看好、但閃躲不掉的未來趨勢，不斷淬鍊、越挫越勇，成為受到全球高視界關注的台灣之光。台灣政府應以「綠色、永續、創新」打造台灣新品牌。

陳美伶 / 前國家發展委員會主任委員

歐萊德品牌創辦人葛望平董事長，一路走來堅持綠色革命的理念、持續創新，同時以多元化的產品策略，將綠色理念帶進每個人的生活中，並獲國際美妝產業年度綠色盛事頒發永續領導獎的肯定，提升台灣綠色形象，他的故事值得有心投入創業者參考！

施振榮 / 宏碁集團創辦人

在隨經濟的策略思維中，我們提出了道、謀斷、人陣法三個層次。道是一面王旗 (to be)，是一種識別度。歐萊德堅持了他的道就是綠色的品牌信仰，一路走來，道不同不相為謀，成就了今天的歐萊德，也成為了台灣企業的典範。

盧希鵬 / 台灣科技大學管理學院特聘教授

十年磨一劍，見證歐萊德十五年，歐萊德已經磨出舉世無雙的綠色尚方寶劍。如果問我，誰是台灣讓我最敬佩的企業家，我會毫不猶豫說出葛望平三個字。我認為成功的企業，領導者的領導統御、視野與人格特質決定了一切，而葛望平董事長把三種要素發揮的淋漓盡致。綠色品牌之路，一路走來，歐萊德始終如一。未來，這一條綠色之路，必然會演化成康莊大道，讓所有的化妝品消費者，安心的徜徉其中，如同母親溫暖的懷抱。放眼全球化妝品產業，歐萊德成功寫下璀璨的歷史，我深信，這一支綠色的筆，會一直一直寫下去.....

張聰民 / 弘光科技大學副校長與研發長

真心為地球、誠意為消費者的歐萊德。第一次在雜誌上讀到關於歐萊德的介紹，覺得這家公司很有策略；第一次聽葛望平董事長演講，被葛望平對環保的熱情感動；第一次帶學生去歐萊德參訪，發現這家公司從內到外都很綠，開始購買歐萊德的产品，行動表示支持至今。我以台灣有這麼一家友善地球的企業為榮。

別蓮蒂 / 政治大學企業管理學系教授

一家只有十五年歷史的台灣中小企業，要能登上國際舞台成為一個熠熠生輝的品牌，尤其在於美妝產業，幾乎是一件不可能實現的夢想。然而，歐萊德在葛望平創辦人的努力下，卻將這夢想實現了。在這過程中，我們所看到的，是這位創辦人的高度和堅持。他發掘和掌握國際潮流所帶來的機會，將它轉化為經營的信念和熱情，鍥而不捨地追逐和創新。目前所做到的，相信只是一個開端。我們期待著，在他帶領下，這個事業還會有更驚豔的演出。

許士軍 / 台灣大學管理學院首任院長

台灣中小企業要發展成功品牌不容易，要發展被國際認可的品牌是高難度的挑戰，要發展成為國際認可並視為典範的綠色品牌，更被視為是「天方夜譚」。歐萊德作為一家台灣的中小企業，在創辦人葛望平永續經營理念及長期堅持下，全公司落實品牌價值主張「綠色、永續、創新」，塑造了全球綠色企業的典範。對於追求綠色永續的企業，相信可以從歐萊德的品牌故事得到很多啟發與學習，並勇敢作出改變。

顏瀾有 / AAMA 創業者共創平台基金會董事長

身為 SGS 專業國際驗證機構，自 2010 年以來陪伴歐萊德由洗髮精碳足跡驗證，一路為追求永續願景奮勇前進，成為台灣化粧品外銷綠巨人。2020 年更實踐 77 項全產品碳中和、達成組織碳中和，是許多國際知名企業戰力目標，令人敬佩。推薦您從歐萊德品牌書，一起愛地球並學習建構台灣「企業」永續競爭力。

黃世忠 / 台灣檢驗科技 SGS 資深副總裁

ZERO CO2 ZERO IMPACT

全球第一個零碳美妝企業

重大里程碑！

SGS 確證頒發歐萊德達成碳中和宣告確證聲明書

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；

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，涵蓋了直接排放、間接排放的範疇三全面碳中和。



引領下一個世代
全新消費模式
「±R 計畫」

歐萊德獻給世界的零碳禮

《聯合國 COP26 全球氣候峰會》主持人：終於有一瓶沒有罪惡感的洗髮精

零環境衝擊的永續

- 瓶身取自消費品回收再製材料，使用 HDPE100% 再生塑膠料 (PCR) 製成，與全新塑膠製品相比，能大幅降低 80% 的碳排放量，對環境更友善！竹蓋以天然孟宗竹製成，一公頃孟宗竹林年吸碳量為 35-50 公噸，伐除老竹可活化林地，為永續環保材質。
- 內蓋使用 PLA 100% 生物分解材質，由廢棄蔬果與植物澱粉製成，是天然環保材料。埋入適宜環境中，可自然分解為堆肥，回歸滋養大地。
- 內塞使用環保可再生單一 LDPE 材質。



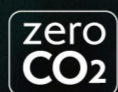
原料 - 去石化來源

- 咖啡因洗髮精 400mL 通過全球頂尖 Beta 實驗室全成分檢驗，榮獲美國官方 USDA Biobased 生物基天然永續認證。
- 採用歐盟有機組織天然驗證起泡成分，不破壞自然生態，泡沫柔軟細緻，易沖洗不殘留，拒絕添加對身體健康或環境疑慮的風險物質，友善人體健康。



天然咖啡因萃取物

- 獨家原料取自於台灣雲林古坑原生咖啡，由不被利用的咖啡殼萃取珍貴的咖啡因精華。
- 創新原料獲全球獨家 INCI 原料命名。
- 榮獲美國官方 USDA Biobased100% 生物基天然永續認證。



ISO 9001 / ISO 22716 / ISO 50001 / ISO 14001 / OHSAS 18001
ISO 14064 / ISO 14067 / ISO 17025 / ISO 14046 / ISO 11930

origintime



歐萊德與你一起讓世界變好