

Shinybrands

軒郁國際股份有限公司

2023

# 軒郁國際 永續報告書

ESG Report



# 目錄

CONTENT

## 前言

關於本報告書.....	2
經營者的話.....	3
2023亮點績效.....	4
2023肯定與榮耀.....	5
永續發展與願景.....	6
利害關係人議合與重大議題分析....	14

## CH 3

### 環境永續

重大議題.....	73
3.1 氣候變遷因應.....	75
3.2 營運環境管理.....	79
3.3 永續供應鏈.....	82
3.4 責任採購.....	85

## CH 1

### 誠信治理

重大議題.....	25
1.1 關於軒郁.....	29
1.2 營運策略與表現.....	30
1.3 公司治理.....	37
1.4 風險管理.....	43

## CH 4

### 社會共融

重大議題.....	88
4.1 人力資源發展.....	90
4.2 幸福職場.....	92
4.3 訓練與發展.....	99
4.4 社會參與.....	102

## CH 2

### 產品責任

重大議題.....	47
2.1 產品研發與創新.....	51
2.2 永續包材與循環經濟.....	58
2.3 產品安全責任.....	60
2.4 客戶服務.....	64

## 附錄

附錄一、GRI永續性報導準則 (GRI 準則) 對照	108
附錄二、永續會計準則 (SASB) 對照	111
附錄三、會計師事務所確信報告	113





# 前言

## PREFACE

### 章節重點

關於本報告書	2
經營者的話	3
2023亮點績效	4
2023肯定與榮耀	5
永續發展與願景	6
利害關係人議和與重大議題分析	14





## 關於本報告書

本報告書為軒郁國際股份有限公司（以下簡稱「軒郁國際」或「我們」）所出版的第三本永續報告書（Sustainability Report），內容主要揭露軒郁國際於 2023 年度於永續發展領域中的治理、社會及環境各面向成果。此外，身為台灣知名的美妝及保健食品品牌，我們亦積極透過導入產品的綠色包材，持續強化核心本業與永續發展之間的連結，期待透過與各方利害關係人密切的溝通，能夠持續引領軒郁國際攜手社會邁向更永續、共同成長的美好未來。

## 報告範疇與揭露期間

本報告書揭露之內容與數據期間為 2023 年度（1 月 1 日至 12 月 31 日），財務資訊與年報邊界一致，除財務數據外之數據 / 績效僅涵蓋軒郁國際及台灣子公司之新普利股份有限公司（以下簡稱「新普利」），並針對利害關係人高度關注之議題做出回應及揭露管理作為。為求報告書內容完整性及資訊可比較性，部門資料回溯 2021、2022 年度，或提及 2024 年度的行動方向。

本年度發行時間：2024 年 6 月

下一年度發行時間：預計 2025 年 6 月

## 報告書撰寫原則

本報告書依循全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standard Board, GSSB）2021 年頒布之 GRI 準則（GRI Standards），以及永續會計準則委員會（Sustainable Accounting Standards Board, SASB）2023 年所發布之行業準則，以及氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD）和臺灣證券交易所「上櫃公司編制與申報永續報告書作業辦法」2024 年更新之最新發布指引，並於附錄中提供 GRI Standards、SASB 索引，以利利害關係人快速檢索及對照。

## 內部審查

本報告書相關資料由軒郁國際之企業永續發展委員會轄下執行秘書管理部（本報告書之責任單位）進行內容的統籌與規劃，並協同各級部門主管審核內容之完整性及正確性，永續報告書編撰完成後，將於 2024 年 8 月 9 日提報董事會。

## 外部確信

為增加資訊的品質與可信度，本報告書已委託安永聯合會計師事務所依據確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，針對報告書重要資訊進行有限確信（Limited assurance）。

## 意見回饋

如您對本報告書有任何回饋與指教，歡迎您透過以下管道與我們聯繫：

聯絡人：軒郁國際股份有限公司 管理部 方宓菁 公關副理

地址：台北市松山區復興北路 311 號 3、6、7 樓

電話：02-7730-8909 #230

信箱：ESG@shinybrands.com

ESG 永續網址：www.esg-shinybrands.com

公司官網：https://www.shinybrands.com/

# Shinybrands





## 經營者的話

在軒郁國際，我們相信人類的的生活會因科技的進步變得越來越美好，透過不斷的創新與生物科技的精進，我們將不斷地推出能夠讓消費者的生活更美好、更簡單、更健康、更無負擔的環境友善機能商品。

面對市場多變的需求，我們相信惟有對環境永續的負責與紮實的研發技術才能因應不斷迭代的市場需求，未來我們將結合 AI 人工智慧運算與公司累積多年的天然植物微分子資料庫，進行新專利成分的開發與功效驗證，公司目前已取得多項創新發明專利，持續提高企業核心競爭力；同時，面對高齡化社會與少子化的趨勢，我們也投入發展銀髮族與學齡兒童保健的研發，期待為社會帶來更樂活健康的生活品質。

### 經營者領頭 邁向永續願景

為了落實「創新永續、共生共好」的核心理念，我們 2021 年正式成立「企業永續委員會」，並於 2023 年 8 月之董事會決議設置「企業永續發展委員會」，目前共有四位獨立董事擔任主要召集人與委員，並委由管理部擔任執行秘書協同召集各部門主管擔任委員，針對「誠信治理」、「產品責任」、「環境永續」、「社會共融」四大永續發展藍圖，辨識與集團營運相關的風險與機會、以及規劃訂定短中長期目標。集團也為精確落實各項永續目標，除每月主管會議及每季董事會報告外，委員會在 2023 年度共累計召開 5 次永續會議，就各項永續辦法及深化作為進行討論，用實際行動來展現集團欲將永續徹底扎根的決心。

軒郁國際從自身產品出發，積極邁進品牌綠色轉型，以因應全球暖化與氣候變遷所帶來的極端氣候危機。2023 年我們持續維持美妝全系列產品的無動物實驗測試，新品陸續導入 PCR (Post-Consumer Recycled, 消費後再生回收) 環保材質等，使得在包材與廢棄物相關的改善持續獲得亮眼的表現；保健食品方面，共有 4 項產品取得全球四大美食大獎名譽之一的荷蘭 A.A. Taste Awards，獲得包括《A.A.Clean-Label 全球無添加驗證指標》、《A.A. Taste Awards 全球純粹品味評鑑》的三至一星級與 100% 無添加認證殊榮，並連續兩年榮獲象徵國家最高榮譽的《國家品牌玉山獎》。2023 年我們依然持續保持新品包裝材質全數使用經森林驗證認可計畫委員會 (PEFC) 或森林管理委員會 (FSC) 認證的永續紙品外盒，集團環保標章彩盒轉換率達 76%。商品包材持續更迭使用環保材質，可回收及環保包材的總使用量較去年增長 126%，提前達成原訂於 2024 年與中長期所設定之目標，實踐我們在永續上的決心。未來我們依然將持續選用更多對環境友善之包材及產品，持續樹立美妝產業的新永續目標。

### 社會共好 攜手同行

秉持「取之社會，用之社會」及推崇「尊重生命」的理念，軒郁國際積極投入社會參與和幫助弱勢團體，並將每年的公司成立日訂定為軒郁公益日，由公司領導者號召全體員工一起身體力行，帶領全集團齊力為社會做一件好事。今年我們結合並改良過往的社會參與專案模式，擬定「環境永續、關懷弱勢、海洋教育」的三大社會主軸、結合 SDGs 議題，實踐帶給社會及環境正向影響力的專案活動。2023 年我們社會參與總投入金額為 2,334,244 元，總服務時數達到 2,390 小時，時數較前一年成長 49%。

軒郁國際堅信永續發展與 ESG 精神落實於公司治理為公司持續成長的關鍵核心，2023 年我們在永續發展的推進與努力，再度獲得財團法人台灣永續能源研究基金會「永續報告書金獎」的肯定，展望未來，我們將持續整合各部門、以實際行動打造兼顧獲利與社會影響力的經營法則，持續朝永續負責的產品設計前進，從配方到包裝，一點一滴的累積永續發展量能，透過不間斷的內部教育訓練與永續發展競賽，讓旗下各品牌發展出屬於自己的永續堅持，也讓其消費者能透過選購集團旗下品牌商品進而助力於世界永續的發展。



董事長 胡蕙郁

胡蕙郁

總經理 楊尚軒

楊尚軒



## 經濟與治理面

- ◆ 連續6年通過SGS優質企業評鑑認證
- ◆ 2023年度營收較去年度成長74%
- ◆ 股利殖利率穩定表現，2023年度為5.16%
- ◆ iQueen愛女人購物網平台會員數超過130萬，產品遠銷15個國家
- ◆ 女性董事占董事會席次達57%，具員工身分之董事占14%，獨董佔47%
- ◆ 董事會持續進修永續相關知識，2023年辦理一場永續課程
- ◆ 維持0貪腐、0賄賂、0違反公平交易案件
- ◆ 亞洲市場中，拓展商品通路至6個國家
- ◆ 取得5件專利、4項食品無添加物認證商品
- ◆ 獲得6項國際發明展與技術產品獎、3項國際發明展與特別獎、8項國際產品獎

## 環境面

- ◆ 包材報廢量與2022年相比減量達68%
- ◆ 在地採購金額佔總採購 92%：2023年總採進淨額1,089,320 仟元
- ◆ 2023年完成所有 100%供應商評鑑，合格率達94%
- ◆ 物流包裝緩衝材，已改選用減塑30%之產品
- ◆ 推動物流出貨紙箱印刷面積減量，原66%減少至5%，減量達61%
- ◆ 2023年導入TCFD氣候相關財務揭露框架，鑑別氣候相關風險與機會

## 社會面

- ◆ 提供同仁優於勞基法1.4倍的起薪
- ◆ 平均薪資於人力網站排名PR75以上
- ◆ 離職率6.3%，較去年大幅下降
- ◆ 各類別員工平均受訓時數近20小時以上
- ◆ 執行人權盡職調查，並辦理1場全體員工參與的人權教育課程
- ◆ 以「環境永續、關懷弱勢、海洋教育」為主軸，規劃七項社會參與活動
- ◆ 社會參與總投入2,334,244元，參與總人次為358人，共服務2,390小時
- ◆ 連續7年參與忠義基金會愛心團遊會攤位贊助



## 2023肯定與榮耀

<p><b>財團法人台灣 永續能源研究基金會</b></p> <p>2023第16屆「TCSA台灣企業永續獎」 榮獲 醫療保健類 ESG永續報告書:金獎</p>	<p><b>比利時iTQi國際風味 暨品質評鑑所</b></p> <p>2023「iTQi風味絕佳獎章」榮獲一星獎 (Eatbliss 益比喜-小品晶金盞花葉黃素果凍)</p>	 <p><b>國際創新發明聯盟總會</b></p> <p>2023第37屆—日本東京創新天才國際發明展 新普利研究成果「發酵乳製品之用途」- 榮獲金牌</p>	 <p><b>比利時國際 品質研究機構</b></p> <p>2023「MONDE SELECTION世界品質評鑑大賞」 榮獲金獎 (m2 美度-22lab超能膠原飲)</p> <p>2023「MONDE SELECTION世界品質評鑑大賞」 榮獲金獎 (Eatbliss 益比喜-好齡光白金健體素)</p>	<p><b>慈悅國際 股份有限公司</b></p> <p>2023「Eatbliss 益比喜好齡光 白金健體素(大豆異黃酮Plus)」榮獲 慈悅Clean Label(潔淨標章) 驗證</p>
 <p><b>A.A.全球無添加促進協會</b></p> <p>2023「A.A. Clean Label全球無添加驗證指標」 榮獲 100%無添加 認證 (Eatbliss 益比喜-好齡光白金健體素)</p> <p>2023「A.A. Clean Label全球無添加驗證指標」 榮獲三星認證 (m2 美度-22lab超能膠原飲)</p> <p>2023「A.A. Clean Label全球無添加驗證指標」 榮獲一星認證 (m2 美度-超能膠原晚安飲)</p> <p>2023第9屆「A.A. Taste Awards全球純粹品味評鑑」 榮獲二星認證 (m2 美度-22lab超能膠原飲)</p> <p>2023第9屆「A.A. Taste Awards全球純粹品味評鑑」 榮獲一星認證 (Eatbliss 益比喜-小品晶金盞花葉黃素果凍)</p>		 <p><b>瑞士日內瓦國際發明展</b></p> <p>2023 第48屆「瑞士日內瓦創新發明大賽」- 榮獲金牌 (防曬精油) 2023 第48屆「瑞士日內瓦創新發明大賽」- 榮獲銅牌 (美白精油) 2023 第48屆「瑞士日內瓦創新發明大賽」- 榮獲特別獎 (防曬精油)</p>	 <p><b>韓國首爾國際發明展</b></p> <p>2023第19屆「韓國首爾國際發明展(SIIF)」 榮獲金牌 (美白精油)</p> <p>2023第19屆「韓國首爾國際發明展(SIIF)」 榮獲雙重銀牌 (防曬精油、發酵乳製品之用途)</p> <p>2023第19屆「韓國首爾國際發明展(SIIF)」 榮獲雙重特別獎 (美白精油、發酵乳製品之用途)</p>	
<p><b>屈臣氏健康 美麗大賞</b></p> <p>2023 HWB屈臣氏健康美麗大賞榮獲 美容保健飲: 品牌類第一 (m2 美度-22lab超能膠原飲)</p>	<p><b>中華民國國家企業 競爭力發展協會</b></p> <p>2023 第20屆「國家品牌玉山獎」 榮獲最佳產品類獎 (Eatbliss 益比喜-好齡光白金健體素)</p>	<p><b>PAVONE AWARD</b></p> <p>2023 日本東京大賞 PAVONE AWARD -Premium Quality- 榮獲銀賞 (Simply 新普利-Super超級夜酵素DX錠)</p> <p>2023日本東京大賞 PAVONE AWARD -Premium Quality- 榮獲銅賞 (Simply 新普利-特濃亮妍夜酵素飲)</p>	<p><b>波蘭國際教育部 暨專利局</b></p> <p>2023 第17屆「波蘭國際發明展」 榮獲雙重金牌 (美白精油、防曬精油)</p> <p>2023 第17屆「波蘭國際發明展」 榮獲雙重特別獎 (美白精油、防曬精油)</p>	<p><b>SNQ國家品質標章</b></p> <p>2023「Eatbliss 益比喜-普又美草本複方膠囊」 榮獲SNQ國家品質標章</p> <p>2023 第26屆「國家生技醫療品質獎」 化妝品暨用品類暨機能性及特定用途保養品組 榮獲銅獎 (Dr.May 美博士-B3抗痘精華)</p>



## 品牌願景

我們軒郁國際是台灣國內第一家品牌電商，憑藉著多品牌的經營策略，針對不同消費者需求推出功能產品，並善用大數據行銷進行精準、高效的消費者溝通。其中，「iQueen 愛女人購物網」品牌電商的會員人數已超越百萬人。我們不僅不斷打造更便捷、舒適的品牌電商購物體驗，還致力於擴大投入新商品核心技術，研發出符合消費者需求的美容和保健商品。

為了滿足消費者在不同功能和膚質需求上的要求，我們創立了四個保養美容自有品牌。針對年輕不安定的肌膚，我們設計了「SEXYLOOK 西西露」；針對忙碌上班族對快速有效保養的需求，我們推出了「MIRAE 未來美」；為了幫助熟齡肌膚對抗氧化和老化問題，我們開發了「LUDEYA 露緹雅」；而透過專業科研成果提供類醫美保養技術，解決各種肌膚問題的品牌則是「Dr.May 美博士」。

此外，我們旗下的子公司新普利股份有限公司專注於保健品領域，擁有品牌「Simply 新普利」和「m2 美度」。這兩個品牌以酵素和乳清蛋白為核心技術，透過獨家的專利成分和配方，提升消費者的健康力和代謝力。同時，我們的「Eatbliss 益比喜」品牌則涵蓋銀髮族和學齡兒童及青少年市場，推出了頂級乳清蛋白系列、Eatbliss 好齡光白金蛋白系列和 S702 黃金成長素系列，讓健康變得更輕鬆、簡單而無負擔。

我們的銷售通路包括國內各大網路電商平台、自有品牌電商平台「iQueen 愛女人購物網」、各品牌官網、線下各大實體連鎖藥妝通路和實體店家。此外，我們通過跨境電商將商品外銷至 15 個國家。





## 永續發展與願景



軒郁國際的核心競爭力始終建立在於閃亮品牌、生物科技、大數據AI技術的結合與應用。我們依循自身的三大初心出發，透過最前端的扎實技術研發，匯同價值鏈上之供應商、製造商合作，提供最高品質的美妝保養及機能保健食品，並藉由大數據分析與AI創新科技的融合，為客戶創造優質的客製化消費體驗，使健康美麗變得毫不費力。同時我們秉持著客戶思維、透明負責、熱情創新、擁抱變化、尊重彼此和永續環保的六大核心價值觀，致力於經濟、社會和環境面實踐永續成長，恪守軒郁國際對永續發展的使命。軒郁也期盼透過不斷的蛻變與革新，讓集團能夠與每一位顧客共同閃耀自我。

「取之於社會，用之於社會」更不止於是一份口號，軒郁國際實際投入社會公益與環境關懷，期許能發酵出最大的社會影響力，以發揚我們的核心價值觀、追求成為引領行業的標竿企業，持續為社會和地球的永續發展做出積極的貢獻。

## 6大核心理念

· 客戶思維 · 透明負責 · 熱情創新 · 擁抱變化 · 尊重彼此 · 永續環保





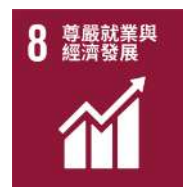
# 永續發展藍圖

為了回應聯合國於的永續發展目標 (Sustainable Development Goals, 下稱SDGs), 軒郁國際從誠信治理、產品責任、環境永續、社會共融四大面向, 於2021年擬定永續發展藍圖, 我們聚焦SDGs的12個項目, 期待能許下與永續共榮共存的承諾, 並且與利害關係人攜手發揮我們正向影響力。

## 誠信治理

### 長期願景與策略

我們將善盡對股東及利害關係人之社會責任, 以「當責」、「透明」及「永續」為基本原則。



對應利害關係人	2023年目標	2023年達成績效	短期目標 (未來1年)	中期目標 (未來3-5年)
●董事/股東/投資人/金融機構	●遵守董事會議事規範, 強化董事會運作	●董事會積極運作, 2023年度共召開8次會議皆符合議事規範 ●2023年度董事會績效評估結果平均為4.93分/5分整體運作尚屬良好 ●2023年度內部稽核結果無異常	●依內控制度與法規要求, 持續落實各項稽核計畫	●董事會及管理階層查核及評估落實有效誠信經營, 並定期就相關業務流程進行評估遵循  ●將誠信經營納入績效考核與人力資源政策中, 設立明確有效之獎懲制度
●董事/股東/投資人/金融機構 ●政府	●依內控制度與法規要求, 持續落實各項稽核計畫  ●維持無任何重大之違法情事	●2023年度各營運循環至少完成一次稽核報告, 共提出18項建議及0項缺失  ●2023年度無任何重大違法事件 <sup>1</sup>	●維持無任何重大之違法情事  ●定期分析及評估營業範圍內不誠信行為風險  ●規劃內部組織、編制與職掌, 對營業範圍內較高不誠信行為風險之營業活動, 安置相互監機制衡機制	
●董事/股東/投資人/金融機構	●鑑別重要作業風險, 強化風險管理機制	●鑑別出3項重要營運風險並提出因應措施	●每季宣導廉潔行為政策、每年舉辦一次訓練課程	
●員工	●落實道德觀念宣導, 培養員工誠信廉潔行為	●新進員工訓練中皆有宣導廉潔行為政策 ●每年對全體員工舉辦一次訓練課程		

**長期目標 (未來5年以上)** ●健全的公司治理架構與良好的誠信管理, 以促進企業永續的經營



## 產品責任

### 長期願景與策略

以先進科技專注創新，注重安全、有效及穩定性，層層檢測，品質嚴格把關。



對應利害關係人	2023年目標	2023年達成績效	短期目標 (未來1年)	中期目標 (未來3-5年)
<ul style="list-style-type: none"> <li>●消費者</li> <li>●代工廠/供應商/代理、經銷商</li> <li>●政府</li> <li>●產學合作單位</li> <li>●董事/股東/投資人/金融機構</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●遵守董事會議事規範，強化董事會運作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●軒郁國際：2023年持續落實商品無動物實驗、系列產品、無水精華劑型環境友善</li> <li>●新普利：2023年產品檢驗合格率达100%</li> <li>●新普利：2023年取得4項產品的潔淨標章</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●提升每批留樣數量以供回溯抽驗，確保上市中產品品質</li> <li>●持續研發技術開發，並與學術研究機構產學合作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●增加SGS委外送測項目與檢測頻率</li> <li>●建構保健食品風險資料庫，強化產品危害風險控管能力與研究單位共同建置原料驗證平台，評估單一原料之功效</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●消費者</li> <li>●代工廠/供應商/代理、經銷商</li> <li>●產學合作單位</li> <li>●董事/股東/投資人/金融機構</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●依內控制度與法規要求，持續落實各項稽核計畫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●與同業合作開發環境友善新品牌2-2.取得4件專利</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●專利佈局及爭取國際獎項</li> <li>●維持供應商評鑑完成度100%，並提升供應商合格率</li> <li>●持續完全落實供應商評鑑與稽核管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●研發導入、產學合作&amp;技轉開發，取得專利</li> <li>●規劃強化供應商ESG績效之作為</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●代工廠/供應商/代理、經銷商</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●維持無任何重大之違法情事</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2023年供應商評鑑完成度100%，供應商合格率达100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●提升不定期供應商稽核頻率與抽檢產品標準</li> <li>●持續完全落實供應商評鑑與稽核管理100%</li> <li>●強化與落實原物料與採購責任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●持續完全落實供應商評鑑與稽核管理</li> </ul>

### 長期目標

(未來5年以上)

- 逐漸要求供應商落實ESG相關績效之具體作為
- 提升供應鏈供貨營運不中斷與緊急應變能力
- 持續拓展產品研發量能與全球專利和商標佈局

- 提升不定期供應商稽核頻率與抽檢產品標準
- 持續完全落實供應商評鑑與稽核管理100%
- 強化與落實原物料與採購責任



## 環境永續

### 長期願景與策略

履行我們對於氣候變遷的重視，積極規劃碳盤查與查證目標，同時落實於辦公室能資源管理的減量、減廢目標的同時，亦推展至產品包材的環保減塑中。



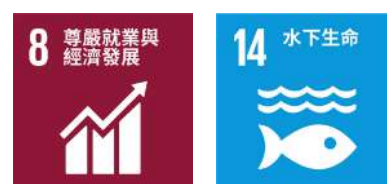
對應利害關係人	2023年目標	2023年達成績效	短期目標 (未來1年)	中期目標 (未來3-5年)	長期目標 (未來5年以上)
<ul style="list-style-type: none"> <li>代工廠/供應商/代理、經銷商</li> <li>消費者</li> <li>政府</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新品導入環保可回收綠色包材</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新品已全數使用經PEFC、FSC認證的紙品</li> <li>規劃新品研發時便納入再生及永續包材之核心理念</li> <li>研議各項環保計劃從根本出發，達到源頭的廢棄物減量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將辦公室既有設備逐步更新為節能、省水規</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將辦公室既有設備逐步更新為節能、省水規</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>產品通過 ISO 14067:2018 產品碳足跡認證</li> <li>產取得環保署產品碳足跡標籤，響應低碳生活與美學</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續完善既有商品綠色包材</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>既有商品年度轉換率達76%，年增率達13.3%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將辦公室既有設備逐步更新為節能、省水規格</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將辦公室既有設備逐步更新為節能、省水規</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將辦公室既有設備逐步更新為節能、省水規</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>董事/股東/投資人/金融機構</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>辦公室設備與各項資產逐年汰換</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將辦公室既有設備逐步更新為節能、省水規格</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續落實減廢，並積極籌辦各項永續議題活動及鼓勵員工攜帶環保餐具</li> <li>全集團導入ISO14064-1，進行碳排放盤查</li> <li>目標人均用電量減少1-2%</li> <li>減少人均用水量1-2%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全集團導入TCFD與評估參與SBTi，並完成ISO 14064-1:2018之外部查證</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持ISO 14064-1 溫室氣體盤查與外部查證與確證</li> <li>持續落實減碳目標與SBTi 減量計畫行動</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>設定辦公室能資源短、中、長期永續目標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>用紙量減少8.2%</li> <li>人均用電量較去年減少143.95度</li> <li>人均用水量較去年減少0.76度</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>政府</li> <li>董事/股東/投資人/金融機構</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>導入ISO 14064-1 溫室氣體盤查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>正式由總部執行導入ISO 14064-1 溫室氣體盤查，逐步揭露各項碳排放數據</li> </ul>			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>導入TCFD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>初步完成回應TCFD四大構面</li> </ul>			



## 社會共融

### 長期願景與策略

我們將員工視為最重要的資產，以專業培育與良好的福利，創造良性競爭的職場環境。我們也推崇「尊重生命」的理念，將關懷社會、推廣公益視為我們的職志。



對應利害關係人	2023年目標	2023年達成績效	短期目標 (未來1年)	中期目標 (未來3-5年)	長期目標 (未來5年以上)
●社區團體/NGO/NPO ●媒體	●規劃長期性之慈善類公益專案	●持續與長期合作之非營利組織的深度合作，共投入2,334,244元	●擴大本業相關之社會參與專案 ●持續投入長期性之慈善公益專案	●擴大贊助活動之效益與社會影響力 ●定期參與社會公益活動，提升台灣國際能見度	●打造首家上市櫃美妝生技產業之幸福企業 ●積極與各方公益團體合作，推行相關社會
●董事/股東/投資人/金融機構 ●媒體 ●社區團體/NGO/NPO	●增加與本業相關之社會參與計畫內容	●持續以海洋、公益、地球日為主軸辦理3大社會參與專案	●參考2023年員工滿意度調查 ●回饋，調整2024年培訓課程規劃	●鼓勵員工考取專業認證、能力檢定，提供考證費用全額補助 ●提供員工進修碩博士學習津貼，持續累積培育公司高階人才的管理能力 ●建置導入員工個人學習地圖系統，系統化記錄員工到職後的專業學習歷程與程度分析	●推動內部講師制度，提升內部辦訓品質，促進員工發展IDP更多元與成長
●員工 ●社區團體/NGO/NPO	●建立成熟的內部講師團隊，提供內部專業課程主題	●全年度共辦理6次提升員工專業能力之內部課程，總課程時數為62小時	●每年開授人權、勞動及資訊相關法規之訓練課程 ●提供多元的上課方式，並評估培訓效果，收集回饋意見並持續調整課程設計	●定期審查和更新人權管理政策和流程，以符合最新的法規要求和行業標準 ●加強人權風險評估和監督機制，定期評估組織的人權風險狀況，並採取相應的預防和應對措施 ●建立有效的投訴和申訴機制，與及時處理和解決問題之能力 ●持續加強員工和管理人員的人權意識和能力	●建立全面的人權管理體系，包括政策、程序和執行機制，確保人權管理有效實施於各管理層級 ●持續進行人權風險評估，並發展應對策略，以應對人權風險和挑戰 ●建立溝通和回饋機制，鼓勵員工和利害關係人提出人權問題和建議，並及時回應和解決問題 ●持續教育和培訓，提高員工在日常工作中遵守人權的能力和意識 ●積極參與人權倡導和促進活動，共同推動人權的實現和保障
●董事/股東/投資人/金融機構 ●員工 ●媒體 ●社區團體/NGO/NPO	●完善人權管理流程	●建立並正式實施基礎人權管理流程，包含人權政策建立、風險辨識、減緩與補救措施等			



## 永續價值鏈

軒郁國際旗下包含美容保養品及保健食品，扮演產品價值鏈上游的研發，及下游自有電商平台的銷售角色，產品的產製過程皆為委外生產，線上通路除了國內、外電商與直播平台之外，亦透過機場櫃位、經銷商、代理商、連鎖藥妝店、量販店等實體通路販售





## 企業永續發展委員會

軒郁國際為了企業永續的發展與管理，於2021年設立企業永續委員會，由董事長擔任主任委員、管理部擔任副主任委員召集各部門主管擔任委員。為持續實踐綜合營運績效、企業社會責任與永續發展之經營願景，軒郁國際積極推動及強化本公司永續經營與企業社會責任相關之公司治理機能，經2023年8月14日之董事會決議，正式設置企業永續發展委員會，目前委員會成員由四位獨立董事擔任，並選一名召集人及會議主席。任期與董事會任期相同。

依「永續發展實務守則」及企業永續發展委員會組織規程，委員會針對環境(E)、社會(S)及治理(G)各面向的議題辨別與集團營運相關的風險與機會，制定永續策略與年度計畫，以期能真正落實我們「以創新實踐完美，傳遞共好價值」的核心理念。



### 董事會檢視軒郁國際報告書、永續計畫與成果之程序



企業永續發展委員會於2023年共召開7場會議，會議內容包含討論推選委員會召集人，以及訂定2024年永續發展與ESG計畫。企業社會責任小組則負責擬定企業永續相關計畫與活動。

### 2023年共召開5場例行會議

- 1 永續報告書啟始會議
- 2 響應世界地球日，2023 軒郁愛地球『修護地球 減碳綠生活』活動策畫與推動
- 3 軒郁公益日518專案活動策畫與推動
- 4 9月【海five~攜手同淨】藍色淨灘專案討論與推動
- 5 永續報告書暨環境永續諮詢專案成果會議



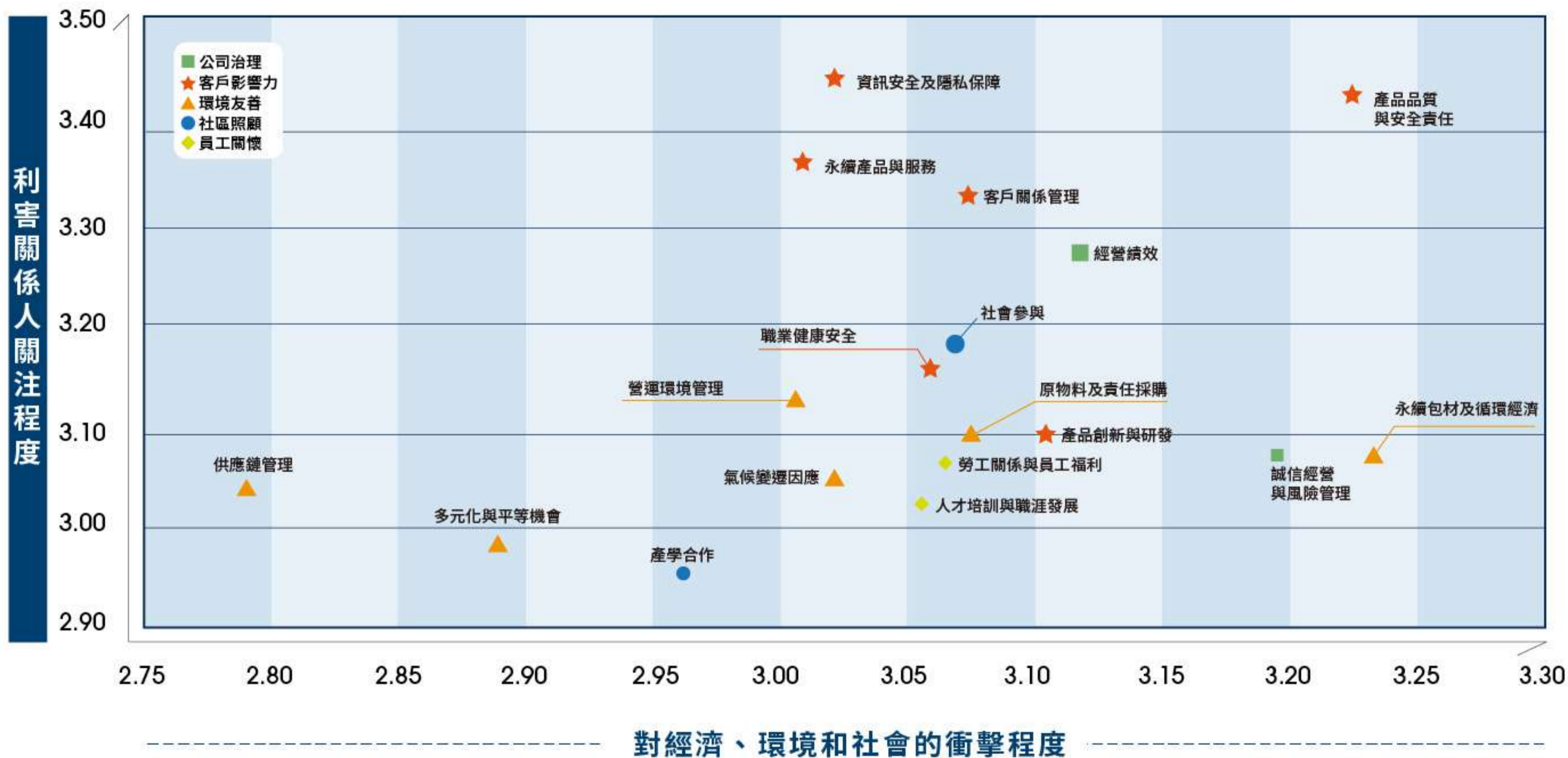
## 利害關係人議合與重大議題分析

軒郁國際重視所有利害關係人的意見，並視為公司永續經營的重要指標。為了瞭解利害關係人關注的永續議題，達成永續報告書的溝通目的，我們參照2021年全球永續性報告協會 (Global Report Initiative, GRI) 最新發布之報導準則 (GRI Standards)，包含利害關係人包容性、永續性脈絡、重大性、完整性，以及AA1000當責性原則標準，建構下列重大議題分析流程，並且透過問卷分析、部門訪談等系統化之方式，掌握並且回應利害關係人對於軒郁國際永續議題的期待。軒郁國際每2、3年進行一次重大議題分析，本次依據2022年度已執行之重大議題分析，說明分析流程與結果。

階段說明	執行內容	重點說明
01 永續脈絡調查	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆依循AA1000利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES)，透過與內部重要主管討論，鑑別出9類重要之利害關係人類別。</li> <li>◆參考GRI準則、國際永續評比與議題趨勢、國內外同業標竿及內外部利害關係人回饋，彙整18項永續議題清單。</li> <li>◆透過線上問卷形式調查9類利害關係人對於各項議題的關注程度，本年度共回收242份有效問卷。</li> </ul>	9類利害關係人 18項永續議題
02 衝擊鑑別評估	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆由內部12位高階主管評估各項永續對於軒郁國際營運之衝擊程度。</li> <li>◆根據不同類利害關係人與軒郁國際之溝通頻率、依賴性及影響程度等，歸納各類利害關係人的議題關注權重。</li> </ul>	12位高階主管內部問卷 242份問卷回收
03 重大性確認	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆以上述問卷之回收成果進行量化與統計分析後，由企業永續委員會確認並鑑別出8項重大議題。</li> </ul>	鑑別出8項重大議題
04 確認與揭露	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆針對此8項重大永續議題建立管理方針及短、中、長期目標，持續追蹤管理。</li> <li>◆於2022年永續報告書中揭露並回應各項重大永續議題。</li> </ul>	建立重大議題之 短、中、長期目標



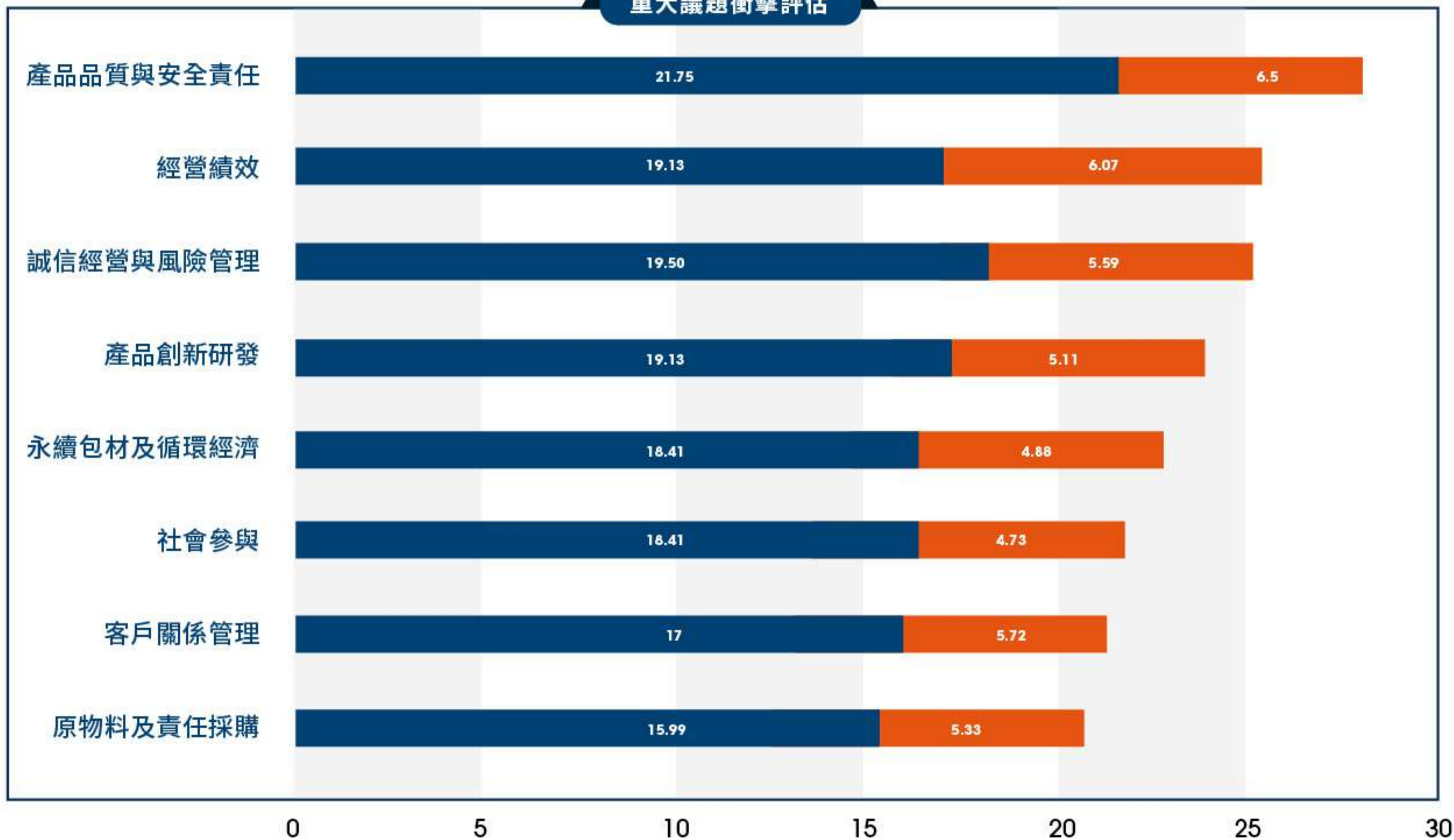
軒郁國際重大議題矩陣圖





■ 正面  
■ 負面

重大議題衝擊評估





### 2023年軒郁國際永續議題清單



#### 治理面

誠信經營與風險管理

經營績效

供應鏈管理



#### 產品面

產品品質管理與安全責任

客戶關係管理

產品創新研發

永續產品與服務

資訊安全及隱私保障



#### 環境面

永續包材及循環經濟

原物料及責任採購

永續包材及循環經濟

原物料及責任採購



#### 社會面

社會參與

勞工關係與員工福利

產學合作

多元化與平等機會

職業健康安全

人才培育與職涯發展



## 重大議題管理方針與衝擊說明

類型	重大議題	對應GRI	衝擊面向(正面/負面)	對經濟、環境、人群衝擊描述 (風險與機會因應之道)	管理方針 回應章節
治理面	◆誠信經營與風險管理	◆GRI 205: 反貪腐	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆正面 健全的公司治理架構,有助於強化軒郁營運韌性,並提升利害關係人的信任。</li> <li>◆負面 貪腐、資訊不透明等誠信經營風險,將會影響軒郁所有利害關係人的利益和信任,並且對公司之聲譽產生負面衝擊。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆經濟 具備健全的公司治理架構,達到誠信經營、反貪腐、資訊透明,並針對可能風險提前監控、以採取預防和應變行動,將有助於軒郁永續經營,為經濟與市場的穩定帶來貢獻。</li> <li>◆環境 N/A</li> <li>◆人群 誠信經營與風險管理的有效性,將保障軒郁所有利害關係人的利益,並持續提升利害關係人的信任和價值。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆1.3 公司治理</li> <li>◆1.4 風險管理</li> </ul>
	◆經營績效	◆GRI 201: 經濟績效	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆正面 軒郁持續深化核心競爭力,創造經營績效,並定期管控財務經營策略,為股東創造最大價值。</li> <li>◆負面 經營策略與獲利表現的不穩定,將會影響軒郁的永續經營,並且降低投資人的利益及投資意願。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆經濟 持續創造經營績效,將為投資人創造更大價值,並且為上下游價值鏈經濟帶來正面貢獻。</li> <li>◆環境 穩定創造經營績效,將有助於永續經營,以利軒郁持續推動環境永續策略,減緩對於環境的負面影響。</li> <li>◆人群 穩定的經營績效與獲利,將會使軒郁之員工、供應商、商業夥伴等利害關係人受益。</li> </ul>	◆1.2.2 價值創造與經濟績效
產品面	◆產品品質管理與安全責任	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆GRI 416: 顧客健康與安全</li> <li>◆GRI 417: 行銷與標示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆正面 徹底把關產品的安全、有效與穩定性,保障消費者的權益,持續提升軒郁品牌價值。</li> <li>◆負面 產品的任何安全性問題,將會直接影響消費者的權益,並可能使軒郁面臨商譽受損和裁罰的風險。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆經濟 嚴格落實品質把關、層層檢驗,確保軒郁產品的穩定性,持續對公司創造正面經濟效益。</li> <li>◆環境 N/A</li> <li>◆人群 產品品質與安全,將有助於保障消費者的權益,並確保產品效益對使用者發揮正面貢獻。</li> </ul>	◆2.3 產品安全責任
	◆客戶關係管理	◆GRI 418 客戶隱私	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆正面 建立多元化回饋管道,積極落實客戶溝通,並訂有相關申訴、客戶資料安全管理辦法,建立與消費者間的互信基礎,維持良好聲譽。</li> <li>◆負面 若未能妥善落實客戶關係管理,將影響顧客對品牌的滿意度,影響公司收益和永續經營。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆經濟 客戶滿意度的提升,有助於提升軒郁經營績效,並且維持市場及經濟的穩定。</li> <li>◆環境 N/A</li> <li>◆人群 重視客戶需求與意見回饋,將有助於以持續創造顧客價值。</li> </ul>	◆2.4 客戶服務
	◆產品創新研發	◆自訂議題	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆正面 投入大量且穩定的研發經費,持續研究創新技術,推出符合產業及消費者需求之創新產品。</li> <li>◆負面 創新研發的投入不足,有可能無法及時因應市場變化及消費者需求,將會影響品牌競爭力。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆經濟 將創新研發與商品市場機制結合,將會為整體產業競爭力帶來正面效益。</li> <li>◆環境 於創新研發的源頭導入永續概念,有助於減緩生產過程中對環境的負面影響。</li> <li>◆人群 軒郁產品創新研發結合大專院校產學合作,有助於提升學術研究成果,強化公司之研發能量,持續為客戶提供優質的產品。</li> </ul>	◆2.1 產品研發與創新



類型	重大議題	對應GRI	衝擊面向(正面/負面)	對經濟、環境、人群衝擊描述 (風險與機會因應之道)	管理方針 回應章節
環境面	◆ 永續包材及循環經濟	◆ GRI 301: 物料	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 正面 將永續包材和循環經濟的考量結合於產品設計與生產，有助於減緩軒郁價值鏈產出的環境衝擊，並提升品牌競爭力。</li> <li>◆ 負面 未持續考量提升包材的永續性，不利於減緩價值鏈產出的環境衝擊，未來在市場競爭力也較不易取得優勢以及消費者的青睞。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 經濟 永續包材與提升回收效率，有助於提升資源使用效益，也將會對軒郁價值鏈發揮正面影響。</li> <li>◆ 環境 產品透過包材減量、重複使用、使用再生原料、提升回收效率等方式，有助於減緩環境衝擊。</li> <li>◆ 人群 注重包材與產品的永續性，將有助於提升員工與消費者對於產品永續的認識，並且提升對永續的認同。</li> </ul>	◆ 2.2 永續包材與循環經濟
	◆ 原物料及責任採購	◆ GRI 204 採購實務	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 正面 堅持選用友善環境、有機認證的原物料，以及落實責任採購，積極發揮軒郁的永續正面影響力。</li> <li>◆ 負面 未能充分落實供應商管理與評鑑，可能會影響原物料品質，也會使軒郁價值鏈面臨環境與社會面的潛在風險。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 經濟 落實責任採購及在地採購，將會有助於提升當地供應商、長期合作之優質供應商的收益及經濟貢獻。</li> <li>◆ 環境 透過綠色採購，同時持續深化供應商環境評估，與供應商議合環境友善議題，攜手減緩生產過程中對環境的負面衝擊。</li> <li>◆ 人群 持續深化供應商管理與評鑑，與供應商議合社會面(如人權)等議題，共同提升對供應商的正面影響。</li> </ul>	◆ 3.3.2 責任採購
社會面	◆ 社會參與	◆ 自訂議題	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 正面 將關懷社會及推廣公益視為職志，攜手員工齊力投入公益活動，為社會帶來正向效益，也能提升員工內部向心力。</li> <li>◆ 負面 社會公益及環境友善投入作為，若未能充分確認利害關係人的需求，可能無法達成預期效益。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 經濟 透過物資、資金、人力等形式投入，持續支持社會團體實踐公益，帶動更多人一起加入社會參與的行列，以幫助有需要的群體取得經濟支持。</li> <li>◆ 環境 定期及不定期倡議環境友善議題，並投入環境保護活動，持續投入對環境的正面貢獻。</li> <li>◆ 人群 關懷弱勢群體、參與公益活動，不僅提升利害關係人正面價值，也創造軒郁的社會影響力。</li> </ul>	◆ 4.4 社會參與





重大議題與價值鏈衝擊邊界

重大議題	價值鏈衝擊邊界								
	內部					外部			
	員工	董事/股東/ 投資人/ 金融機構	消費者	供應商/代工廠	代理商/通路商/ 經銷商	政府	產學合作 單位	媒體	社區團體
◆永續包材及循環經濟		●	●	●	●	●		●	
◆產品品質管理與安全責任	●	●	●	●	●	●	●	●	●
◆誠信經營與風險管理	●	●		●	●	●	●	●	
◆經營績效	●	●	●		●		●	●	
◆產品創新研發	●	●	●	●	●		●	●	
◆原物料及責任採購	●	●	●	●	●			●	
◆客戶關係管理	●	●	●	●	●			●	
◆社會參與	●	●					●	●	●



## 利害關係人溝通

軒郁國際依循「AA1000利害關係人議合標準」的五大原則：依賴性、責任、張力、影響及多元觀點，衡量各類利害關係人與軒郁國際的關聯性及影響程度，共鑑別出以下9類重要的利害關係人類別：董事/股東/投資人/金融機構、客戶/消費者、員工、供應商/代工廠、代理商/經銷商、政府、產學合作單位、媒體、社福團體/非政府組織/非營利組織，並根據利害關係人所關注的軒郁國際永續議題，於本報告書中優先回應。

利害關係人類別	對軒郁的意義	主要關注之議題	溝通方法與頻率	2023年成果	我們的回應與作為
<ul style="list-style-type: none"> <li>●董事</li> <li>●股東</li> <li>●投資人</li> <li>●金融機構</li> </ul>	<p>身為台灣上櫃公司，我們依法對於權益持有人負責，並持續創造高價值報酬，達成企業的永續經營</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●誠信經營與風險管理</li> <li>●經營績效</li> <li>●產品創新研發</li> <li>●產品品質管理與安全責任</li> <li>●永續包材及循環經濟</li> <li>●社會參與</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●公布營收業績(每月)</li> <li>●季報(每季)</li> <li>●年報(每年)</li> <li>●電話/EMAIL(不定期)</li> <li>●公文往來(不定期)</li> <li>●發言人/代理發言人(不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●發布23條重大訊息</li> <li>●受邀參加1次法人說明會</li> <li>●按月發佈12次自結合併營收數據。</li> <li>●發行111年各季財報及110年度年報</li> <li>●舉辦1次股東常會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1.2 營運策略與表現</li> <li>●1.3 公司治理</li> <li>●1.4 風險管理</li> <li>●2.2 永續包材及循環經濟</li> <li>●2.3 產品安全責任</li> <li>●4.4 社會參與</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●客戶</li> <li>●消費者</li> </ul>	<p>滿足並超越消費者對於軒郁國際產品的需求與期待，並持續建立良好的客戶關係，提升客戶滿意度</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●產品品質管理與安全責任</li> <li>●資訊安全及隱私保障</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●官網客服專區(即時)</li> <li>●客戶滿意度調查(每年2次)</li> <li>●促銷活動/禮券發放/電子郵件(不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各官網客服留言累計共27,435則</li> <li>●每月安排各品牌客戶關懷</li> <li>●2023年12月消費者滿意度調查為94分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●2.3 產品安全責任</li> <li>●2.4 客戶服務</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●員工</li> </ul>	<p>人才是資產，更是企業成功的關鍵，軒郁國際珍視每位加入大家庭的夥伴，讓工作不只是工作，期許軒郁人能不斷突破自我，進而追求成長卓越</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●勞工關係與員工福利</li> <li>●人才培育與職涯發展</li> <li>●職業健康安全</li> <li>●經營績效</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●勞資會議(每季)</li> <li>●績效考核面談(每半年)</li> <li>●員工申訴專線</li> <li>●申訴信箱/LINE(即時)</li> <li>●總經理信箱(不定期)</li> <li>●員工關懷(每月)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●舉辦4次勞資會議</li> <li>●1年2次績效面談</li> <li>●申訴專線/信箱0案件</li> <li>●員工關懷38人次</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1.2 營運策略與表現</li> <li>●4.1 人力資源發展</li> <li>●4.2 幸福職場</li> <li>●4.3 訓練與發展</li> </ul>



利害關係人類別	對軒郁的意義	主要關注之議題	溝通方法與頻率	2023年成果	我們的回應與作為
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 供應商</li> <li>● 代工廠</li> </ul>	<p>將供應商視為合作夥伴，我們積極實現供應鏈穩定性、長期經營與生產在地化，分享並宣導相關政策執行情形，在永續發展的基石上產生共好的正向循環</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 誠信經營與風險管理</li> <li>● 產品創新研發</li> <li>● 供應鏈管理</li> <li>● 產品品質管理與安全責任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 拜訪/電話/會議/電子郵件/傳真(不定期)</li> <li>● 生產排程討論(每周)</li> <li>● 意見交流(每月2-4次)</li> <li>● 供應商現場稽核與輔導(每季2-4次)</li> <li>● 存貨管理(每年4-8次)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持續加強資訊安全觀念及宣導，以電話方式訪查</li> <li>● 2023年度未有高風險狀況，但仍實行抽檢7家代工廠進行實地訪廠稽核，經查核無重大缺失或需觀察事項</li> <li>● 已將代工廠永續發展目標、人權相關議題納入評核項目</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1.3.2 誠信經營與法規遵循</li> <li>● 2.1 產品研發與創新</li> <li>● 2.3 產品安全責任</li> <li>● 3.3 永續供應鏈</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 代理商</li> <li>● 經銷商</li> <li>● 通路商</li> </ul>	<p>為軒郁國際重要的客戶合作夥伴，協助我們更靠近終端消費者的需求，共創永續經營價值鏈，發揮企業社會影響力</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 產品創新研發</li> <li>● 產品品質管理與安全責任</li> <li>● 誠信經營與風險管理</li> <li>● 供應鏈管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 電話/電子郵件/拜訪會議(不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 合作直播活動，臺灣共舉辦40場大型廠拍活動、400餘場小型直播，香港則辦理4場海外播帶入新海外市場</li> <li>● 重啟機場免稅店通路，已上架4個品牌合計43款特規商品</li> <li>● 積極與印尼、泰國及香港等其他多區域市場代理商洽談</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1.2 營運策略與表現</li> <li>● 2.3 產品安全責任</li> <li>● 2.4 客戶服務</li> <li>● 3.3 永續供應鏈</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 政府</li> </ul>	<p>主管機關負責檢核並監督軒郁的產品及行銷行為，我們配合政府於法規面之更新，確保相關管理及作業流程合法合規</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 誠信經營與風險管理</li> <li>● 產品品質管理與安全責任</li> <li>● 客戶關係管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 公文/電子郵件/說明會(即時/不定期)</li> <li>● 主管機關政策宣導(不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 收、發公文共266件。</li> <li>● 法務部門透過函文的收發、主管機關所辦理的活動或主管機關的宣導政策，不定期與政府單位進行溝通及了解法規運行的狀況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1.2 營運策略與表現</li> <li>● 2.3 產品安全責任</li> <li>● 2.4 客戶服務</li> <li>● 3.3 永續供應鏈</li> </ul>



利害關係人類別	對軒郁的意義	主要關注之議題	溝通方法與頻率	2023年成果	我們的回應與作為
●產學合作單位	我們透過產學合作機制持續提升軒郁的研究量能，研發符合消費者需求的永續性產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>●產品創新研發</li> <li>●產學合作</li> <li>●經營績效</li> <li>●社會參與</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●產學合作計畫與會議(不定期)</li> <li>●技術分享與提案(不定期)</li> <li>●功效驗證委託測試(不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●10件產學合作計畫案</li> <li>●6項共同開發研究技術</li> <li>●11件功效驗證檢測計畫</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1.2 營運策略與表現</li> <li>●2.1 產品研發與創新</li> <li>●4.4 社會參與</li> </ul>
●媒體	對於軒郁國際之報導及評價將影響企業的聲譽及形象	<ul style="list-style-type: none"> <li>●經營績效</li> <li>●誠信經營與風險管理</li> <li>●產品創新研發</li> <li>●產品品質管理與安全責任</li> <li>●客戶關係管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新聞稿/記者會/採訪活動(不定期)</li> <li>●官網專區設立媒體聯絡人及信箱(即時)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●新聞稿超過22則</li> <li>●媒體專訪3場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●1.3.2 誠信經營與法規遵循</li> <li>●2.1 產品研發與創新</li> <li>●2.4 客戶服務</li> </ul>
●社福團體 ●非營利組織	稟持著「取之於社會用之於社會」的初心，軒郁國際於弱勢團體的關懷及救助上都不遺餘力，為社會貢獻一點小小力量	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社會參與</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ESG報告書(每年1次)</li> <li>●電話/EMAIL(不定期)</li> <li>●ESG 活動或專案合作(不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●忠義基金會年度合作邀請同仁自願性前往擔任刊物行政志工，共提供志工假138天</li> <li>●淨灘專案開放員工自主前往淨灘，參與人數達72人，共提供68.5天志工假</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●4.4 社會參與</li> </ul>