

社會創新組織揭露格式

社會創新組織於會計年度終了，董事會（理事會）應填寫社會創新組織揭露格式，並提請董監事會（理監事會）核備並於股東會（會員大會）提請承認。

一、組織基本資料			
組織名稱	綠藤生物科技股份有限公司		綠藤生機
營業登記日期	2010-03-16		
組織種類	公司 獨資 合夥 有限合夥 部落公法人 社團法人 財團法人 合作社 儲蓄互助社 農會 漁會 農田水利會 大專院校 其他		
負責人	鄭涵睿		
聯絡電話	02-27076788	電子信箱 Email	order@greenvines.com.tw
聯絡手機	02-27076788	統一編號	29142083
資本額	45,888,720		
組織登記/聯絡地址	臺北市大安區敦化南路二段 77 號 10 樓之 1A		
二、聯合國永續發展目標、社會使命與營運模式			
(一) 貴單位符合之聯合國永續發展目標(至多 3 項，請勾選)			
(1) 終結貧窮	(7) 永續能源	(13) 氣候對策	
(2) 終結飢餓	(8) 良好工作	(14) 海洋生態	
(3) 健全生活	(9) 工業創新	(15) 陸域生態	
(4) 優質教育	(10) 促進平等	(16) 和平正義	
(5) 性別平權	(11) 永續城鄉	(17) 夥伴關係	
(6) 潔淨水源	(12) 產消責任		
(二) 社會使命			
<p>綠藤生機 Greenvines — 深度減法的純淨保養品牌，也是台灣第三家 B 型企業；由鄭涵睿、廖怡雯與許偉哲在 2010 年共同創立至今。以「讓更多永續選擇在生活中發芽」為品牌使命，致力於產品創新結合理念推廣，帶動正向的實質改變。同時，也在 2018 從全世界超過 2,500 家國際認證 B 型企業中，連續五年拿下「對環境最好的企業」(Best for Environment) 獎項，成為亞洲唯一。</p> <p>在全球純淨保養趨勢下，綠藤以林碧霞博士 20 年實驗室的研究為依歸，打破保養慣例，倡議萬人響應的「無乳液實驗」，回歸保養最短路徑，盡可能回到肌膚初始的美好。此外，綠藤對於一個產品的評價，不在於主打的有效成分有多厲害，而是其他成分，是否可能帶來負擔。我們以高於國際標準的【綠藤 FAITH 配方原則】篩選成分，並建構了超越 2,900 個、每年與時俱進的【非必要成分清單】，將持續挖掘，並創造安全而具實證的有效成分來取代。</p> <p>根據聯合國 2016 年所下 17 項永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，綠藤生機專注於投入改善目標 1「消除貧窮」、目標 12「永續的消費與生產模式」與目標 13「氣候行動」。要扭轉此重大的議題，綠藤生機心目中的理想解答是由創新產品研發開始，為生活帶來重新定義，用商業力量解決社會與環境問題。</p>			
(三) 營運模式			
<p>永續與社會責任對於綠藤生機而言，不但是公司核心價值所在，也是品牌競爭優勢的根基：</p> <p>1. 產品創新：創業十一年來，綠藤生機致力於開發能解決社會問題的產品，從原料、物料、包裝、到使用，確保消費者的健康與對於環境的友善。</p>			

2. 消費者教育與永續行動：綠藤生機相信教育是帶動改變的根本，除了累積超過數百場校園與外部講座活動、與消費者分享真實生活的想法與可行作法、並投入諸多資源於網站與社群媒體，傳遞關於清潔保養、綠色永續的教育內容，提升消費意識，進一步強化對品牌的信任度、並吸引新客。透過消費者教育行動，可有效創造品牌與產品的差異性，獲得營收成長的同時，也讓綠藤生機能再度投入回產品研發創新、並進一步持續性進行消費者教育，不斷創造良性循環。除了品牌的成長，也更能創造外部影響力，這是綠藤生機的永續經營商業模型。

三、營運現況、年度成果與社會影響力呈現

(一)現況與年度成果

2023 年公司員工人數成長至 120 人。

至今 (2022.03) 百貨直營專櫃拓展總數達 12 間，分佈於台灣北中南高質感百貨，包含新光三越，京站，誠品，漢神巨蛋等知名商場。

團隊除了最早期的核心成員，近幾年也陸續加入來自其他企業的專業經理人與專業人才，包括：熟稔大型電商平台 Momo / PChome 營運的電商經理。

奧美公關 / 李奧貝納等知名公關廣告公司專業人才。

因理念相同而投入零售，成為綠藤門市大使的社會新鮮人等。

從 2013 年開始規劃實習計畫，希望給予大學生最棒的工作實習學習環境，2021 年實習招募履歷件數達超過 500 份的數量。

企業得獎里程碑：

2023 Real Leaders Impact Award

2022 國家永續發展獎企業類

2022 天下永續公民獎小巨人組第 4 名

2022 TSAA 台灣永續行動獎-銅獎

2022 「頭皮淨化洗髮精海廢再生瓶」成為全球首支獲得獲海廢標章認證的洗髮精

2021 綠色海洋精華油、活萃修護精華露 獲得 2021 Global Green Beauty Awards 金選

2021 亞洲唯一連續五度奪得「Best for the World 對世界最好」環境面向大獎

2021 獲選國發會指標型新創「NEXT BIG」9 間典範代表之一，綠藤為受獎名單上唯一的 B 型企業

2020 紐約時裝週台灣設計師指定保養用品

2018 台北英國商務協會社會企業獎 (Social Enterprise Award)

2018 遠見雜誌 <<CSR 企業社會責任獎 - 第一屆社企之星>>

(二)社會影響力呈現

環境守護

自 2019 年，綠藤與全球 533 間 B 型企業共同承諾在 2030 年達成「淨零 Net Zero」(至今宣告企業累積至 1100+ 間)，綠藤不只率先在 2021 年取得 ISO 14064 溫室氣體盤查認證，完成組織與 31 支全產品碳盤查，也宣告提前朝 2025 完成「可信淨零」(Credible Net Zero)的目標邁進：使用 100% 再生能源、減少組織碳排 60%、全產品瓶器再生原料使用比例逾 50% 的業界罕見行動野心。

為達到 2025 可信淨零目標，綠藤共同創辦人暨執行長鄭涵睿從與美國最大天然環保清潔產品公司 Seventh Generation 共同創辦人 Jeffrey Hollander 對談過程中的啟發、以及 SIMFO 系統影響力聯合家族辦公室執行長、系統變革專家薛喬仁博士「氣候策略擬定工作坊」的幫助下，從 In the bottle (成分)、On the bottle (包材)、Around the bottle (環境) 三個維度建構起綠藤「1% 綠色改變進化論」策略藍圖。

脫貧

自 2015 年開始，綠藤與供應夥伴 MbringaConnect 合作，不但為台灣引進了第一瓶來自迦納的公平貿易辣木油，截至 2021 年，已銷售 261,990 瓶，透過推廣油保養的真實美好，讓超過 26 萬個用戶一起以實際行動支持迦納的公平貿易與永續發展，更透過預先融資幫助了 7000 個迦納小農家庭脫離貧窮線，收

入成長超過 4-10 倍。而綠藤，也正協同打造全非洲最大的有機辣木田，截至 2021 年底，種下約 3,408,231 棵辣木樹，創造當地社區更永續的生態循環。

四、財務資訊

財務資訊包含以下項目：

營利事業：盈餘預計投入社會使命 10%；接受政府補助占全年總營收 0%。

五、其他相關文件或證明

相關文件或證明，如經主管機關認可或依第三方標準之認證，社會創新組織亦得於揭露格式範本中揭露。