


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	美科實業股份有限公司			
營業登記日期	2003-04-03			
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	陳俊偉			
聯絡電話	02-89521800#2403	電子信箱 Email	bcorp@macrohi.com	
聯絡手機	0981623536	統一編號	80042811	
資本額	50,000,000			
組織登記/聯絡地址	新北市中和區橋和路 29 號 6 樓			

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

美科企業使命為「感動生活，淨美世界」，致力實踐 B 型企業理念，成為「對世界最好的企業」。

(一)產醫學跨域合作，解決所有人的頭皮健康問題

美科實業為臺灣唯一專注於頭皮養護髮品的「B 型企業」。兩大品牌「AROMASE 艾瑪絲」及「juliArt 覺亞」從不同頭皮屬性與髮性出發，透過洗沐產品及專業療程，精確照顧脂漏性皮膚炎、乾癬患者、及普羅大眾的頭皮健康問題。

(二)打造永續環境的商業模式

因應《巴黎協定》於 2050 年實現淨零排放的願景，美科致力降低企業營運的環境衝擊。響應 SDG12 精神，由綠色產品與服務出發，建構循環經濟的永續責任消費與生產模式，並推動 SDG13，加入氣候緊急宣言行列，提早巴黎協定 26 年，於 2024 年提前達成「PAS 2060 組織碳中和 (Carbon Neutrality)」並通過第三方查驗證，成為台灣第一間達成碳中和的髮品 B 型企業！邁向淨零努力。

(三)讓照顧者喘息，提升偏鄉教育發展

艾瑪絲聚焦 SDG3, 4, 10，發起「讓愛喘息」計畫，關注社會上不易被發現卻需要被關注的「照顧者」，規劃每月喘息空間服務照顧者。覺亞成立「缺角世界基金」，透過提升偏鄉教育資源及品質、提供偏鄉師資協助、支持永續身教行動，期望讓「缺角世界，用愛填滿」。雙品牌加入 pledge1%，承諾每年投入 1% 營收於公益。

(三)營運模式

(一)產醫學跨域合作，解決所有人的頭皮健康問題

艾瑪絲品牌成立理念為「缺角」，象徵頭皮清潔為每日清潔中無法忽視的存在。與皮膚科醫師共同合作，經過 1,091 天研發，誕生全草本不含藥的頭皮淨化液健康洗髮產品。

洗髮精配方設計上，不含 MI、MCI 化學防腐劑、矽靈、人工色素，並反覆進行有效性與安全性測試。瓶身更加入「盲人點字」的設計，友善盲友，更入圍英國 2020 Pure Beauty Global Awards 年度「最佳多元包容髮品獎」。

（二）打造永續環境的頭皮淨化產品，邁向綠色企業

綠色產品方面，美科從原料、設計、生產、運送、使用到回收，都結合環境友善及循環經濟概念，例如優先選用天然有機成分、開發 100%再生塑膠製成的頭皮淨化液包裝、取得搖籃到搖籃(Cradle to Cradle)銀級認證、完成 4 項產品碳足跡。確保美科的產品不僅幫助恢復頭皮健康，還能保護環境。

為了降低企業營運的環境衝擊，我們致力響應 SDG13 氣候行動，加入氣候緊急宣言行列，2021 年起每年達成綠電使用比例 10% 2023 年綠電使用比例 50%以上 辦公室廢棄物較 2020 年度減少 45% 取得 BS 8001 循環經濟認證等，2024 年通過第三方查驗證，達成組織碳中和。

（三）發揮核心能力，讓照顧者喘息，提升偏鄉教育發展

艾瑪絲發起「讓愛喘息」計畫，舉辦全台巡迴頭皮健檢與講座及公益活動，2016-2023 年來總共 420 場次以上。2021 年起更秉持 SDG17 精神發起「照顧者企業同盟隊」串聯 28 家企業夥伴，與新北家協合作，舉辦每月照顧者喘息活動。願景是成為「照顧者的能量補給站」。

juliArt 覺亞則以「缺角世界，用愛填滿」為號召，透過販售公益版產品，向同仁及沙龍等夥伴倡議，提升各界偏鄉教育的關注，並轉化為資金，協助 TFT 為台灣而教、花蓮縣谷若思全人關懷協會、溪水藝術關懷發展協會等 NGO 提供課輔等關懷行動，支持逐步改善偏鄉學習環境與品質。

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

美科榮獲「天下公民獎小巨人組第 3 名」殊榮，員工人數於 2023 年達 130 人。ESG 成果如下：

一、跨域合作促進所有人的頭皮健康

1. 說走就走的全台頭皮健檢

2016 年至今艾瑪絲頭皮檢測人數達 50,000+人，並發送上萬瓶產品預防改善頭皮問題。

2. 與皮膚科醫師/藥師合作

艾瑪絲長期在各大醫院、診所，廣發淨化液給需要的患者。並舉辦講座、撰寫衛教文章、推廣頭皮健康知識；邀請 100 位皮膚科醫師體驗頭皮淨化液，滿意度高達 100%。

3. 串聯產醫學界打造跨國頭皮養護圈

針對海外推廣，美科出版頭皮教育教材，提供世界各國海外代理、醫療人員、頭皮養護師，串聯產醫學界提升頭皮保養重要性。

二、打造永續環境的頭皮淨化產品，邁向綠色企業

1. 亞洲第一支「C2C 銀級認證」髮品

2019 年推出第一支以 100%回收塑膠為瓶器的頭皮淨化液，更在 2023 提升為銀級認證，讓頭皮養護也響應循環經濟。

2. 綠色營運邁向 2030 年淨零排放

2021 年完成 4 支洗髮精「ISO14067 碳足跡」認證並達成 10%再生能源目標，開創低碳產品。遵循「節能減碳宣言」，每月推動全員「零廢棄日」，2020-23 年辦公室廢棄物每年減少 15%。

三、讓照顧者喘息，提升偏鄉教育發展

1. 「讓愛喘息」計畫

2016 是艾瑪絲公益元年，深入偏鄉幫育幼院做頭皮檢測與講座，在一次樂山療養院服務，看見老師的頭皮問題多於院生，體悟照顧者更需要被關注。2021 至今開展每月喘息活動，成立「照顧者企業同盟隊」帶入企業資源創造多元喘息主題，共創 54 場喘息活動，補給照顧者正向力。

2. 「缺角世界」偏鄉教育推廣

2017 年起，覺亞每年提撥營業額 1% 為「缺角世界基金」，致力讓有缺憾的教育得到支持與改善。發揮「透過商品傳遞價值」的核心能力推廣公益版商品，邀集全台 400 家沙龍、12 間直營店、百貨櫃點合作，傳遞偏鄉藝術教育的議題故事。至今與 3 個在地 NGO 合作，受益學童超過 570 位。

(二) 社會影響力呈現

(一) 產醫學跨域合作，促進全人類的頭皮健康

2012 年起，美科與皮膚科醫生合作，至今已免費提供超過 10 萬瓶頭皮淨化產品至全國各大醫院和診所，協助脂漏性皮膚炎和乾癬患者改善頭皮健康。

(二) 打造永續環境的頭皮淨化產品，邁向綠色企業

美科明星產品捷利爾頭皮淨化液取得「搖籃到搖籃 (C2C) 銀級認證」，至 2023 年已拓展至 66 項產品瓶身 100% 使用再生塑料製成，降低瓶器一半以上的碳足跡，估計減碳達 76,152kgCO₂e，實踐循環經濟。未來將拓展至更多產品線，期望盡可能使用回收料／低碳材質製成產品包裝。辦公室更於 2021 年起每年使用 10% 以上再生能源，2023 年綠電使用比例達 50% 以上，累積減碳超過 81,560kgCO₂e。

(三) 發揮核心能力，讓照顧者喘息，改善偏鄉教育

艾瑪絲關懷照顧者的「讓艾喘息」計畫秉持 SDG17 精神發起「照顧者企業同盟隊」串聯 28 家企業夥伴，舉辦喘息活動。疫情期間，海外代表台灣主辦「新南向美學聯盟」，聯合六家企業提供 200 組「照顧喘息包」給吉隆坡當地醫院，讓關懷跨越國界，發揮影響力。2020-2023 年針對全台 75+ 間醫院、檢疫所的醫護人員捐贈 95,066 瓶產品，總價值 17,634,730 元。

juliArt 覺亞以「缺角世界，用愛填滿」為號召，2017 年起透過公益產品推廣，募集超過 250 萬元偏鄉教育捐款。

2022 年，疫情下，juliArt 覺亞號召 300 家沙龍、10 間百貨專櫃、直營店，分享「溪水藝術關懷協會」的遠距教學行動與需求，吸引超過 17,000 人次消費支持，再度贊助 50 萬元，疫情下延續 400 堂以上偏鄉藝術課程。

2023 年，juliArt 覺亞邀請擅以香氛說故事的 NAMUA 聯合企畫公益組合，號召 400 家沙龍、12 間百貨專櫃、直營店，分享「溪水藝術關懷協會」布農族音樂文化教育的行動與需求，吸引超過 16,000 人次消費支持，再度贊助 50 萬元，增添布農族樂器設備與師資經費，延續 450 堂以上布農音樂課程。

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 7%；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。