


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	叔叔妹妹企業社			
營業登記日期	2014-12-02			
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	溫國欣			
聯絡電話	02-25597687	電子信箱 Email	uands2012@gmail.com	
聯絡手機	0987006538	統一編號	41040580	
資本額	200,000			
組織登記/聯絡地址	臺北市萬華區隆昌街 64 號			

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

同所大學畢業的學長溫國欣(叔叔)與學妹陳美君(妹妹)都熱愛繪畫與設計，喜歡天馬行空的想像各種事物，在共同的創作理念與熱情下，以「U&S 叔叔與妹妹」名稱共同進行數位繪圖創作，成立插畫設計工作室，設計開發地方文化元素的商品，主要業務為插畫設計及圖像授權，並進行地方街區導覽結合插畫教學，推廣美學教育。兩人創造了一群光著腳並留有腳毛的精靈「赤毛族」，光著腳代表喜歡親近大自然的土壤，留有腳毛代表保有與生俱來的特徵，藉此傳達(愛護世界)與(做自己)的理念。

以台灣原創圖像角色「赤毛族」，結合地方文化元素，發展文具及觀光類商品及服務，進行圖像授權予商品及活動。與國內外創作者共同辦理展覽，以展覽方式推廣商品及服務內容。並將導覽活動結合工作坊與群眾互動，辦理文創工作坊，以推動文化創意及觀光產業。

對於聯合國永續發展目標部分，在 SDG11 永續城鄉、SDG17 夥伴關係方面，我們以(創作的赤毛族品牌理念)及(企業實際行動)來概述：

●SDG11. 永續城鄉：建構具包容、安全、韌性及永續特質的城市與鄉村。

• 赤毛族品牌理念：在赤毛族的世界觀中，原本是住在地底下的角色，每個角色的機會平等，並主張消除歧視的法律、政策。

• 企業實際行動：在插畫創作的詮釋上，多以不同國家、地方文化結合角色創作，希望促進都市、郊區與城鄉之間的社經與環境的正面連結，在全球的文化的保護上，進一步努力。

●SDG17. 夥伴關係：建立多元夥伴關係，協力促進永續願景。

• 赤毛族品牌理念：赤毛族會與不同插畫圖像或角色聯名合作，以智慧財產權概念來建立多元夥伴關係。

• 企業實際行動：近年來辦理國際型小型展會，邀請國內外藝術家參與，2017-2019 在台灣辦理藝術家聯

展及工作坊，每月固定辦理大稻埕街區導覽及工作坊，透過多邊合作輔助並提高在永續發展上的合作、分享知識、專業，以協助實現永續發展目標。

(三)營運模式

1. 以台灣原創圖像角色赤毛族結合台北地方文化元素，共同推廣地方文化特色以及創作者，除在地的創作者、店家及協會單位外，也結合香港地區創作者及元素，以工作坊、音頻及展覽方式推廣圖像及文化內容。
2. 規劃以線上及線下實體並行方式進行計畫，讓不同領域之個人及團體藉由活動的辦理及圖像衍生品的製作帶動經濟復甦。
3. 持續推廣地方導覽及工作坊活動，目前以台北大稻埕為主，期望能自週邊區域延伸至更多文化場域。
4. 規劃與香港文具業者合作進行企業社會責任項目。

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

姓名：溫國欣

職稱：設計總監

文化部 105 年文創產業中介經紀人才培訓

2000 衛生署新時代的護理時刻海報組銀獎

2020 文化大學時尚學程兼任講師

姓名：陳美君

職稱：藝術總監

2009 時報金犢獎 優選

姓名：歐陽如修

職稱：創意總監

2016 金點設計獎視覺傳達設計類

106 年桃園市文化創意產業補助

106 年入選文化部海外拓展計劃上海授權展

106-110 年入選文化部海外拓展計劃日本授權展

106-108 年文化部補助文創事業國際參展香港授權展

107 -108 年輔導核心創作及獨立工作者進駐文化創意聚落

2014/6/7-7/15 桃園市只是光影(美麗・好・時光)插畫展(桃園篇)

2014/10/1-2015/1//11 台北市西門紅樓(綺夢-六號售票口)聯展

2014/10/11-12/28 台北市西門紅樓(美麗・好・時光)插畫展(西門篇)

2015/2/4-3/15 新北市土城藝文館(美麗・好・時光)插畫展(土城篇)

2015/4/29-5/4 松山文創園區 2015 台灣文博會文具禮品區展出

2015/5/15-5/30 新光三越桃園站前店 2015「揪你藝桃趣」聯展

2015/7/8-7/24 新光三越信義新天地 A11-2015U & S 新天地插畫展

2015/9/26-10/4 台灣設計協會兒童大藝術家節聯展

2015/11/13-11/16 世貿南港展覽館 2015 台北國際文化創意生活展

2016/4/20-4/24 台北花博爭豔館 2016 台灣文博會角色創區展出&串聯好店

2016/6/18-7/3 夏至大稻埕公共藝術節 2016(阿嬤的青春夢)串聯店家

2018 台北燈節西本願寺創作區

2021-2022 衛生福利部社會及家庭署「永續影響力學院」研習完成 14 堂課

2022/3/1-3/31 赤毛族甜蜜這條街 3D 原型計畫展

2022/7/12 及 8/2 於 616 幸福工作站辦理話畫油畫棒活動
2022/9 台北市政府至日本睡魔祭宣傳 2023 台灣燈會之燈籠繪製，推廣城市文化交流
2023 與富邦產物保險股份有限公司合作風險教育推廣活動及數位繪本
2024 在香港與香港家庭福利會及香港的日本蜻蜓牌文具業者合作企業永續活動，帶領親子於社區繪畫創作。
2024 以環保可回收材質泰維克作為產品材料，增加綠色產品比重。

(二)社會影響力呈現

(一)提升文化品牌價值，促進社經政治的融合，無論年齡、性別、身心障礙、種族、人種、祖國、宗教、經濟或其他身份地位。
預計主要可分為有形及無形的服務，有形則包括圖像授權商品，無形服務包含其他合作夥伴之服務如藥行體驗行銷等，提供商品及服務不限族群及國別。
(二)增進跨業合作與跨界流通的程度，建立多元夥伴關係，協力促進永續願景
行銷技術、設計能力、跨業合作機制建立等，因此，對於提昇市場競爭力具有相當助益。再者，在跨界流通方面，亦將受惠於不同領域人士的投入，對於異業或同業皆具有相當產業群聚以及產業帶動之效果。
(三)加強觀光產業復甦動能
以原創圖像及地方文化為主軸，強化圖像設計能量，開發有文化內涵兼具之工作坊，並以現有文化作為營造地區觀光發展的文化內涵，有助於文化觀光事業的強化。
(四)群聚效應展現，建構具包容、安全、韌性及永續特質的城市與鄉村，確保機會平等，減少不平等。
群聚效應描述在一個社會系統裡，某件事情的存在已達至一個足夠的動量，使它能夠自我維持，並為往後的成長提供動力。希望以圖像作為串聯計畫之重要元素，將角色圖像與在地店家串聯，並藉由線上方式推廣以及共同行銷，以文化創意結合商業發展作為目的。

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 30%。

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。