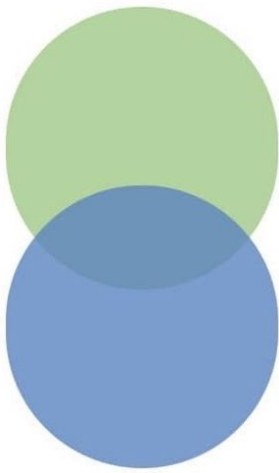


社會創新組織揭露格式

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	異起生活有限公司／家務室			
營業登記日期	2017-08-31			
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	賀丞右			
聯絡電話	04-24070792	電子信箱 Email	together@eco-h	
聯絡手機	0912079366	統一編號	61914885	
資本額	1,500,000			
組織登記/聯絡地址	臺中市南區頂橋三巷 24-1 號 2 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

我們正面臨到有史以來最嚴峻的考驗。
 對環境的破壞造成劇烈的氣候變遷，連帶影響了所有生命的生活。
 而線性經濟（開採—製造—使用—丟棄）造成的資源消耗讓現況看似不可逆，廢棄物對環境的影響更讓情況雪上加霜。
 唯有改變線性經濟的邏輯，將思維導向「循環經濟」，以「系統性合作」、「產品服務化」、「高價值循環」的方式重新設計商業，才能避免 2050 年的環境浩劫。

(三)營運模式

重新思考線性經濟下的零售模式，導入 OMD 及 SaaS 概念，測試永續商業的各種可能。

Phase1：成立線上線下零售通路，向社會介紹環境友善商品，貼近民眾日常生活。

Phase2：持續測試新零售模式，嘗試與其他業態結合；藉由團隊的設計與品牌專業協助廠商持續升級或轉型，提升商品的完成度及完整性之外，也可以協助品牌在環境永續的概念之下，提供從空間到營運的整體規劃，甚至實驗更多環境永續的新方案。

Phase3：將無包裝商店線上化（循環容器+循環包裝）

Phase4：統整永續生活資訊，成立入口網站，串接所有相關資訊資源。

Phase5：建立認證機制，以系統累積消費點數（網站+APP），流通線上線下相關資源，打造「永續生活圈」。

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

賀丞右：

執行長

- 成立 A Dot Design，專注在具有永續意識的企業品牌服務，協助企業做包括產品、空間、視覺的永續深化及品牌再造。
- 成立 miincasa 家居品牌，以台灣文化及技術為基底，經過再詮釋再設計而成的居家生活用品，曾多次代表台灣出國參展。
- 現同時為循環設計公司 Slash Studio 設計顧問
- 曾為龍華科技大學兼任助理教授。
- 曾任職於川多志作設計總監，參與品牌與空間的設計規劃服務，協助企業拿到 IF、MUSE、DNA、GOOD Design 等數十個獎項，並協助公司內部做設計文化的建構及優化。
- 曾任職於 HOW Design、Scandinavian Designers、NDD Tainan 設計師，負責資訊產品、家電、生活用品、手工具的產品設計。
- 曾於紐約 Pratt Institute 短期進修產品設計。
- 人脈網路：台灣獨立品牌、循環經濟、地方創生、台灣設計師

李欣怡：

視覺設計總監

負責品牌相關視覺設計規劃與執行

- 任職於 A Dot Design，負責平面、網頁專案設計執行
- 美國芝加哥花藝設計學院認證教授，成立設計花藝品牌 Flover
- 曾任職於狂塗設計有限公司擔任平面設計師、展頤知識管理顧問有限公司平面設計師、乙曼科技資訊有限公司網頁設計師、VOCUIS 網頁設計師

王思閔：

營運總監，為現任家務室店長。

企業管理背景

主要負責店面營運管理、客戶服務、商品採購、銷售。

- 曾任職於食品貿易公司，擁有客戶服務及國外採購多年經驗
- 負責過日本、中國、東南亞等食品供應商，熟悉國際貿易實務
- 累積三年環境友善、永續選品、銷售能力。

團隊主要經歷：

2018 年 「島中流域」參展單位

2020 年 GOOD DESIGN AWARD

2021 年 IF DESIGN AWARD

2022 年 「愛地球的 52 種方法」參展單位

累計：

100+ 永續相關活動

100+ 合作永續品牌

23000+ 追蹤人數

30000+ 消費人次

減少：

#7 顆樹被砍

#241 顆樹新種植

#1543 瓶洗潔容器

#9030 張咖啡濾紙

#118800 片化妝棉

#39900 片拋棄式衛生棉

#31500 只一次性飲料杯

#99300 個免洗餐盒

(二)社會影響力呈現

家務室以設計為體、零售為用，確立日常美學、梳理風土智慧、調整物件功能、關注環境成本、實踐社會永續、深層的實地體驗與訊息溝通，將符合友善環境或循環經濟概念的商品收集並介紹給市場。

同時秉持著精實創業的精神與理念相合的品牌合作串連，以「系統性合作」的概念進行多邊合作，串接企業與市場；目前正試圖打造中部的循環經濟交流據點，讓資源共享，創造更多新商業可能。

而如何讓環境永續成為全民參與的企劃，設計的介入是核心關鍵：

在「空間」方面，專注立地之處的資源整合與利用、裝修用料降低浪費與提升後續回收可利用性、拆除物料原地重用。

在「用品」方面，確認上架品項的材質盡可能天然或單純，以利產品生命週期結束後進入工業循環或生物循環；同時嘗試無包裝商品的分裝販售，盡可能減少在消費過程中產生的廢棄物。

在「餐飲」方面，一開始就以「零廢棄」為原則去設計菜單與規劃食材的使用與再利用，即使是用不到的食材部位或是食用後的廚餘，最後也都會做成酵素或堆肥，最大化食材的價值與剩餘價值。

目前正與多方合作，結合不同專業，嘗試以循環容器系統將無包裝購物線上化，以解決後疫情時代急速升溫的網路購物潮流。

我們希望能以「永續設計商業」，不斷測試各種可能將循環經濟落地，與大家一起共同打造一個能與環境共存共榮的「永續生活圈」。

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 25%；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。