

股票代碼 6523

達爾膚生醫科技股份有限公司
DR.WU SKINCARE CO.,LTD.

2019 CSR Report

目錄

目錄

關於本報告書

1. 經營者的話	1
2. 利害關係人溝通	2
2.1 利害關係人關注議題及溝通管道	2
2.2 重大議題分析與管理方針	3
3. 關於 DR.WU	5
3.1 營運概況	5
3.2 經營策略	7
3.3 財務績效	8
3.4 公司治理	9
4. 環境	13
4.1 溫室氣體	13
4.2 用水及節能減碳	13
4.3 產品包裝設計	14
5. 社會	15
5.1 員工照顧	15
5.2 供應商管理	19
5.3 客戶服務	21
5.4 社會公益參與	24
6. GRI Standards 指標對照表	25

關於本報告書

本報告書為達爾膚生醫科技股份有限公司(以下簡稱 DR.WU)2019 年企業社會責任(Corporate Social Responsibility, CSR)報告書，DR.WU 期許由本業出發，由關懷肌膚保養的專家，進而關懷所有利害關係人，共同創造「美麗新世界」。本報告書揭露本公司在經濟面、環境面、社會面、治理面等資訊，藉此向所有利害關係人公開呈現本公司對於企業社會責任之政策、措施及成果，並在企業永續經營的精神之下，持續關注並落實對於社會責任的理念。

報告期間與揭露範疇

本報告書揭露 2019 年度(2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止)企業社會責任之相關績效。資料範疇以 DR.WU 為主體，並已列入合併財務報告中之所有個體。

編製準則與資訊揭露

本報告書的內容與架構，係參照全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative, GRI)發布之 GRI 永續報告準則(Global Sustainability Reporting Standards, GRI Standards)編製，依循 GRI 準則核心選項為揭露標準。本報告書中的財務數據係採用經會計師簽證後之公開資訊為準，均以新台幣為計算單位，非財務數據資訊為本公司內部自行統計結果。

發行時間

DR.WU 將以年度為主，定期發行企業社會責任報告書，並揭露於本公司網站(<https://www.drwu.com>)及公開資訊觀測站(<http://mops.twse.com.tw>)。

本次報告發行時間：2020 年 09 月

前次報告發行時間：2019 年 12 月

聯絡方式

如對本報告書有任何建議或疑問，歡迎聯絡我們

聯絡電話：0800-083-999

Email：service@drwu.com



1. 經營者的話

1. 經營者的話

DR.WU 致力於開發一系列高效能、低敏感的肌膚保養產品，抱持著不斷創新求精的態度、善用醫學專業與先進科技，打造獨一無二的自有保養品牌。以簡單快速的方式為各類肌膚問題提出最有效的解決方案，進而藉由外表的改善強化自我的認同與自信。同時透過對品質與服務的追求，帶動台灣保養品產業整體的共同成長。

本公司自 2015 年公開發行，藉由公開發行登錄上櫃的流程，更深入地檢討內部各項環節，建置完善的公司治理架構及管理規章；落實內控內稽，強化風險管控並確保管理紀律；保障股東權益，提升資訊透明度。綜上，可交由社會大眾共同監督檢驗，以促使公司運作與管理更加完善。除了公司治理外，DR.WU 自詡是個傳遞「愛」的企業，矢志將此精神落實到社會公益活動參與及員工照顧。

展望未來，DR.WU 期望透過企業社會責任各面向的自我檢視，不斷地努力實現我們心目中的美麗新世界，內化成為公司企業文化，更深植到每項決策的思考及推行，並發揮 DR.WU 在台灣社會的影響力，讓社會大眾感受到日漸消失的溫度。



2. 利害關係人溝通

2. 利害關係人溝通

所有利害關係人所關注的議題，DR.WU 均十分重視且認為是企業永續發展的成功關鍵因素。透過與利害關係人的溝通，進而能清楚瞭解各利害關係人的需求與期望，適時做出回應，同時將這些需求與期望納入 DR.WU 短中長期經營方向考量，呈報董事會且取得共識。

DR.WU 所成立的企業社會責任小組，由董事長親自擔任召集人，所有部門主管均為小組成員，全面分析環境面、社會面、治理面等各面向的主要議題，迅速反應各利害關係人的需要與期望，快速整合公司資源，建立利害關係人的溝通流程。

2.1 利害關係人關注議題及溝通管道

利害關係人	關注議題	溝通管道或回應方式	頻率
消費者	銷售及售後服務 產品安全控管 品牌形象 客戶滿意	1. 0800 客服專線 2. 客服電子信箱 3. DR.WU 官方網站 4. Facebook 粉絲團 5. 網路口碑監測	即時 即時 即時 即時 即時
投資者	公司治理 營運績效 股東權益 資訊揭露 風險管理政策	1. 設置發言人及代理發言人，負責對外關係之溝通 2. 每年定期召開股東會 3. 依主管機關規定公告重大訊息及重要營運概況 4. 參加證券商舉辦之投資說明會 5. 投資人專區訊息揭露	不定時 每年 即時 不定期 不定期
員工	薪資福利 職涯發展 勞資關係	1. 各項管理規章均以員工利益為前提 2. 關心員工生活、福利，並訂定合理薪資待遇 3. 設置職工福利委員會主導各項福利活動 4. 內部訓練課程 5. 聘僱專業按摩師進駐，緩解工作壓力 6. 定期召開勞資會議	不定期 不定期 不定期 不定期 每週兩次 每季一次
供應商	永續供應鏈管理	1. 良好的供應鏈關係，以達整理生產成本最佳化 2. 合理利潤報酬，以創產業共榮	即時 即時
鄰近社區、 非營利組織	社會公益活動	1. 以公司本業能力出發，舉辦公益肌膚講座 2. 以美麗新世界為主題，定期參與公益關懷活動 3. 不定期參與鄰近社區活動	不定期 不定期 不定期
政府機關	法規遵循	1. 參與主管機關舉辦之法規座談會 2. 積極配合主管機關政令宣達 3. 加強與政府監理機關間溝通	不定期 即時 不定期

2.2 重大議題分析與管理方針

DR.WU 除依國際間重視議題(包括 GRI Standards、國內外永續評比、產業關切重點項目等議題)，並調查各利害關係人對於永續議題的關切程度，由本公司企業社會責任小組依據風險程度對企業營運、財務、品牌形象等可能造成的影響，辨識出實質性的重大議題。

DR.WU 辨識出 10 個實質性重大議題，並對照 GRI Standards 作為本報告書揭露依據，以確實回應各利害關係人，實質性重大議題之管理方法則標註於 GRI 指標索引，並於各指標中說明。

重大議題分析：

重大議題	重大議題對 DR.WU 的意義	GRI 主題
產品環境責任	降低環境污染及氣候變遷風險，提升產品附加價值。	GRI 301 物料
產品創新	持續研發創新醫美概念產品，為不同膚質提供最適合產品，以創造顧客滿意度及建立品牌忠誠度。	一般揭露
產品品質管理	嚴守「無添加、不含酒精、高濃度、高等成分、高安全性」五大研發品質標準，為消費者安全嚴格把關。	GRI 416 顧客健康與安全
顧客服務	提供客戶售後服務及產品使用之各項諮詢，保障消費者權益。	GRI 417 行銷與標示
公司治理	本公司訂有「公司治理實務守則」，對提升公司經營績效及管理效率有所助益。	一般揭露
公司營運及財務資訊	透過公開資訊讓投資人了解本公司營運概況、財務概況及經營成果等，保障股東權益。	GRI 201 經濟績效
薪資福利	設計良好的薪資及福利制度，有助於良好勞資關係的基礎，並激勵員工士氣及增加對公司的向心力。	GRI 401 勞雇關係
人才培育及升遷管道	人才培育決定公司組織的競爭力，有助於公司持續發展。	GRI 404 訓練與教育
社會公益活動	基於企業社會責任的驅使，辦理捐助公益、積極參與公益活動，對公司而言都是一種感恩與回饋，能夠幫助社會發展。	GRI 201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值
主要供應商企業社會責任管理	本公司對合作伙伴有監督的責任，制訂符合 CSR 精神的規範來要求供應商，追求雙方共同成長及永續經營。	一般揭露

重大議題管理方針：

重大議題	重大主題	管理方針	管理目標	評量機制
產品環境責任	GRI 301 物料	評估氣候變遷對企業現在及未來的潛在風險與機會並致力於實施節能減碳。	訂定「節能減碳管理政策」	定期統計減碳及用水量並加強節約教育宣導
產品創新	一般揭露	持續研發醫美領先概念產品，以驅動微整保養潮流，並增加產品線的廣度及深度。	維持每年產品更新率	訂定產品更新率15%
產品品質管理	GRI 416 顧客健康與安全	產品檢測，含 ph 值、重金屬、塑化劑、微生物等，嚴格確保產品品質安全。	嚴選 100 項專利成分，專注創新研發，堅持 200 項無添加，並設定 70 道檢驗關卡	委託第三方單位 SGS 進行 4 大類及 23 項檢測
顧客服務	GRI 417 行銷與標示	訂定標準化的服務流程，建立完善的顧客服務。	確保所有與公司接觸的顧客都能夠得到所需資訊或服務	客戶服務調查問卷，提高客戶滿意度
公司治理	一般揭露	訂定「公司治理實務守則」，依法令規定揭露年度內公司治理之相關資訊並持續更新。	落實公司治理制度，提升經營績效	每年度進行董事會及功能性委員會績效評估
公司營運及財務資訊	GRI 201 經濟績效	確保股東對公司重大事項享有充分知悉、參與及決定等權利。	嚴謹的風險控管及穩健的財務規劃	定期更新財務資訊與公告即時重大訊息
薪資福利	GRI 401 勞雇關係	提供員工公平的薪資及所需的福利與保障。	追求優於同業的薪資，健全的福利制度	成立職工福利委員會、定期召開勞資會議
人才培育及升遷管道	GRI 404 訓練與教育	提供員工良好的職場發展環境，並訂定「績效考核辦法」。	藉雙向溝通達到管理共識及激勵提升的效果	定期實施績效考核
社會公益活動	GRI 201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	推動社會公益活動，支持同仁投入各項公益活動，呼應社會需求，進而培養社會公民意識，內化為企業社會責任文化，落實企業回饋社會的理念。	將企業獲利轉化為對社會的關懷，致力整合資源與永續經營	每年持續推動捐款活動及參與社會公益活動
主要供應商企業社會責任管理	一般揭露	要求配合供應商承諾亦重視企業社會責任，除積極致力良善之公司治理，並應關注社會關係及永續環保。	建立以永續經營為目標的供應商管理	定期落實供應商評鑑



3.關於DR.WU

3. 關於 DR.WU

DR.WU 小檔案	
公司名稱	達爾膚生醫科技股份有限公司
成立日期	2003 年 3 月 10 日
上櫃日期	2016 年 6 月 16 日
總部地址	台北市中山區南京東路三段 70 號 13 樓

3.1 營運概況

公司簡介

本公司董事長吳奕叡先生，在父親-台大皮膚科權威教授吳英俊的耳濡目染下，對其長期為病患的付出相當感佩，且對那些精心研發、歷經考驗累積下來的配方效果極為肯定，故與父親攜手設立公司並推出自有品牌-DR.WU。

在吳英俊教授領軍下，以醫師處方為本，運用豐富臨床經驗及對肌膚構造的了解，針對亞洲肌膚優弱特性與需求，和全球實驗室技術合作，運用先進科技、嚴選 100 種國際專利活性成分，堅持「無添加、不含酒精、高濃度、高等成分、高安全性」五大研發標準，並與通過 ISO 國際品質認證的台灣化妝品大廠攜手製造，致力研發高效能低敏感的专业保養品。DR.WU 全系列產品皆 100%通過低敏、安定性與非致痘臨床測試，不僅能全方位解決肌膚問題，更是敏弱肌與術後保養的最佳選擇，讓人在家即能以簡單有效的方式，創造完美無瑕的肌膚。

憑藉對研發創新的熱忱、品質要求的堅持及踏實穩健的態度，自第一瓶保養品問世以來，DR.WU 迄今已推出超過百項產品皆深受好評，屢獲美妝大賞肯定；品牌創始經典玻尿酸保濕系列，累積銷售突破千萬瓶，穩居藥妝暢銷冠軍；而首開先例將醫美療程帶入日常保養的杏仁酸亮白煥膚精華 18%，更創下每 15 秒售出一瓶的驚人紀錄，成功引發市場話題。2003 年成立至今於台灣醫美保養品市場之市佔率高達三成，為台灣 NO.1 醫美保養品牌，亦將銷售據點擴及全球 9 個國家地區共 1900 個銷售據點，創造輝煌佳績。展望未來，將持續強化品牌優勢與能量，將 MIT 的實力更充份地在世界舞台上展現。

經營理念及核心價值



品牌及產品概念



3.2 經營策略

Our Success Formula & Differentiation

品牌力

醫美領導品牌、高知名度、高差異化、高消費者忠誠度

- 創始人為亞洲皮膚科權威、台大醫院皮膚科臨床教授吳英俊醫師
- 台灣No.1醫美領導品牌
- 高知名度、高口碑、高消費者忠誠度，屢獲各大媒體獎項肯定

產品力

中高價位品牌、高效能高品質、快速創新

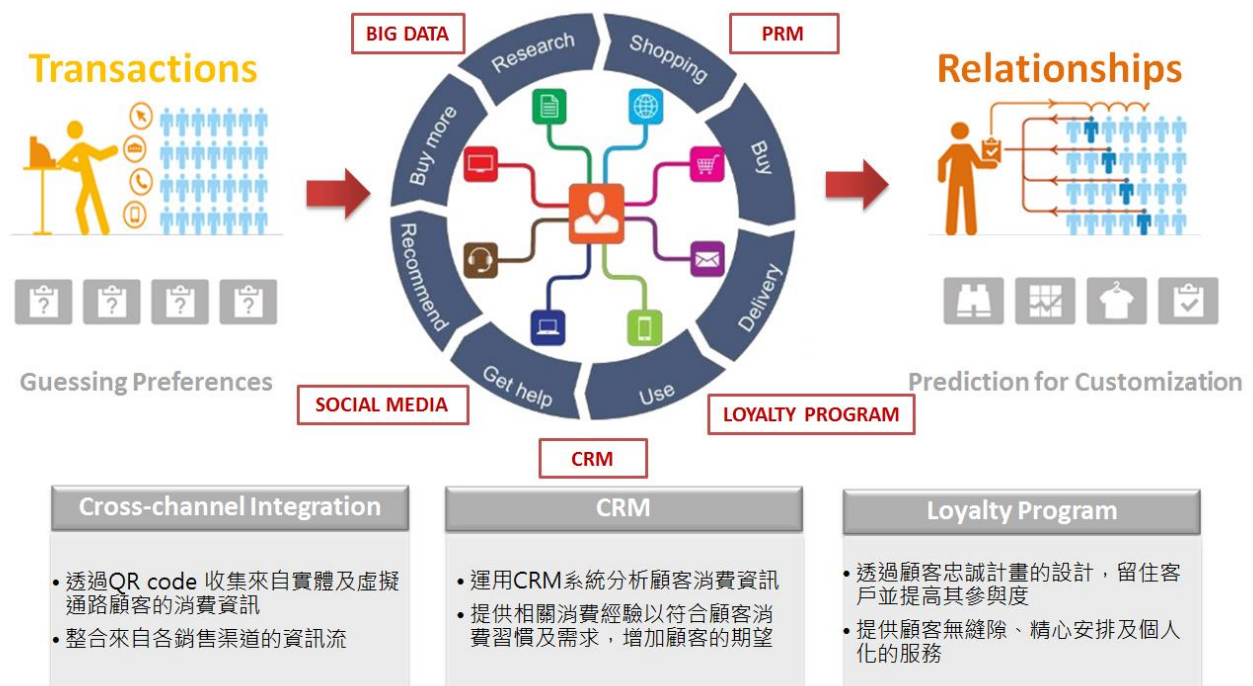
- 吳英俊醫師超過40年豐富臨床經驗及獨家配方為產品研發基礎
- 結合全球頂尖大廠先進科技合作及專利活性成分
- 領先保養趨勢：每年15%創新研發新品
- 嚴謹品質標準：堅持「無添加、不含酒精、高濃度、高等成分、高安全性」五大研發標準
- 產品線完整：10大保養系列，明星主軸保濕、煥膚、抗老，精華液專家

銷售力

線上線下銷售通路完整布局

- 台灣醫美市佔第一，領先國內外競品
- 完整通路布局：藥妝、免稅店、診所、美妝店及電子商務
- 銷售區域遍佈9大國家、1900個銷售據點，海外經驗累積
- 累積超過10多年專業完整通路管理經驗

Omni-Channel Strategy



3.3 財務績效

DR.WU 積極落實「品牌力+產品力+銷售力」三大營運策略，透過專業醫美形象強化品牌力，並成功行銷溝通產品功效及整合實體虛擬通路，2019 年度合併營收新台幣 10.14 億元，稅後淨利 1.92 億元，每股稅後盈餘新台幣 4.26 元。

2019 年財務績效

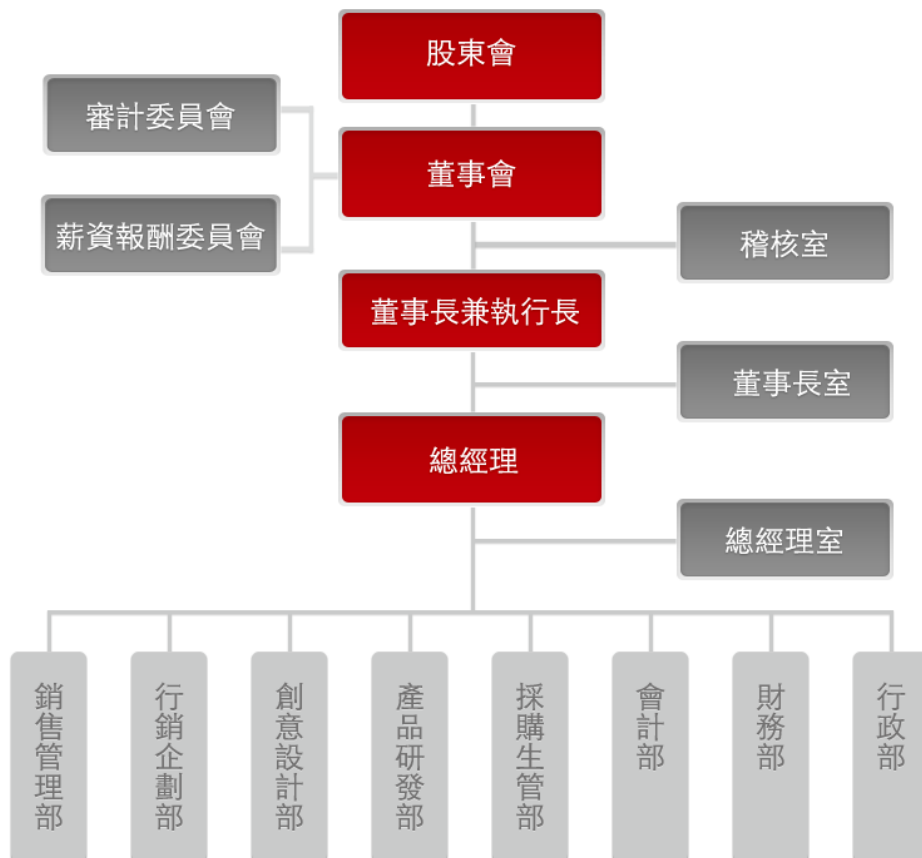
單位：每股盈餘新台幣元，其餘皆為新台幣仟元

項目	2019 年	2018 年
營業收入	1,014,212	962,998
營業毛利	703,891	585,861
營業費用	468,463	515,049
營業利益	235,428	70,812
營業外收入及支出	-7,224	-7,562
所得稅費用	36,407	38,411
稅後淨利	191,797	24,839
每股盈餘	4.26	0.55

詳細的營運概況、股東會年報與財務報告書，載於本公司網站-投資人專區 (<https://www.drwu.com>)及公開資訊觀測站(<http://mops.twse.com.tw>)

3.4 公司治理

組織圖



董事會

依據章程規定，本公司設董事 5~7 人，任期三年。

本公司第七屆董事會於 2018 年 6 月 21 日股東常會選任，共 7 席，其中有 3 席獨立董事。董事成員之專業背景涵蓋管理、醫生、金融、法律、人資、稽核會計，且為律師、大學教授等具備豐富經營或學術經驗，能提供不同角度的專業意見，因本公司董事會成員落實多元化情形且互補，對提升公司經營績效及管理效率有所助益。

(1) 董事會運作情形：2019 年董事會共召集 5 次，平均出席率 83%。

(2) 董事主要學經歷如下表所示：

職稱	姓名	性別	主要學經歷
董事長	吳奕叡	男	美國哥倫比亞大學工業管理學系 達爾膚生醫科技(股)公司總經理 AIG 美國國際集團投資(股)公司襄理 PricewaterhouseCoopers LLP, Senior Financial Analyst
董事	吳英俊	男	臺灣大學醫學系 臺灣大學醫學院附設醫院皮膚部臨床教授
董事 (註)	L Capital Taiwan Beauty Ltd. 法人代表：Toshitaka Shimizu	男	Bachelor of Engineering Commerce, University of Queensland Rising Japan Equity K.K. CLSA Capital Partners(Japan) K.K
董事	達爾膚投資控股(股)公司 法人代表：幸軒琥	男	東華大學會計學系 達爾膚生醫科技(股)公司稽核主管 立宇高新科技(股)公司稽核主管 京冠生物科技(股)公司會計專員 安永會計師事務所審計領組
獨立 董事	韓志翔	男	美國明尼蘇達大學人力資源管理研究所博士 政治大學企業管理學系教授 國立政治大學企業管理學系主任 美國明尼蘇達大學勞工政策研究中心研究員 美國明尼蘇達大學人力資源管理研究所研究與教學助理 美國紐澤西州立大學人力資源管理研究所研究助理
獨立 董事	吳欣儒	女	美國哥倫比亞大學商學院企管碩士 台灣大學公共衛生學院健康政策與管理研究所碩士 新光金融控股股份有限公司副總經理 新光醫療財團法人新光吳火獅紀念醫院董事長特別助理 花旗銀行(香港)副總裁
獨立 董事	江朝聖	男	臺北大學法學博士 東海大學法律學系副教授暨企業法制研究中心執行長 台灣企業法律學會祕書長 專門職業及技術人員律師高考及格

註：L Capital Taiwan Beauty Ltd.及其代表人 Toshitaka Shimizu 於 2020 年 2 月 24 日解任。

(3) 董事會績效評估：

本公司已訂定「董事會績效評估辦法及程序」每年至少執行一次內部董事會績效評估，並於次一年度最近一次召開之董事會提出報告。本公司每年就「董事會」、「審計委員會」及「薪資報酬委員會」進行內部績效評估，由董事會成員、功能性委員會成員及議事單位執行。本公司董事會及功能性委員會整體評鑑衡量項目包含五大面向：對公司營運之參與程度、提升董事會(功能性委員會)決策品質、董事會(功能性委員會)組成與結構、董事(功能性委員會委員)之選任及持續進修、內部控制。個別董事成員及功能性委員會成員績效評估衡量項目包含七大面向：公司目標與任務之掌握、董事(功能性委員會委員)職責認知、對公司營運之參與程度、內部關係經營與溝通、董事(功能性委員會委員)之專業及持續進修、內部控制、董事會之運作。

2019 年度本公司「董事會」、「審計委員會」及「薪資報酬委員會」之績效評估結果均達 90 分以上，顯示董事會運作效率良好，評估結果於 2020/3/13 向董事會報告。

(4) 董事及經理人責任保險：

與新加坡商美國國際產物保險股份有限公司(AIG)簽訂董事及經理人責任保險之合約，投保額度為新台幣玖仟萬元，最新續期保單投保期間為 2019 年 8 月 1 日至 2020 年 8 月 1 日止。

審計委員會

本公司首屆審計委員會於 2015 年 6 月成立，由全體三位獨立董事組成，審計委員會旨在協助董事會執行其監督職責及負責公司法、證券交易法及其他相關法令所賦予之任務。審計委員會至少每季召開一次常會。

2019 年審計委員會運作情形：第二屆審計委員會委員(任期：2018 年 6 月 21 日至 2021 年 6 月 20 日止)，審計委員會共召集 5 次，平均出席率 100%。

薪酬委員會

本公司首屆薪酬委員會於 2015 年 4 月成立，由全體三位獨立董事組成，薪酬委員會旨在協助董事會執行與評估公司整體薪酬與福利政策，以及董事及經理人之報酬。薪酬委員會至少每年召開兩次常會。

2019 年薪酬委員會運作情形：第二屆薪酬委員會委員(任期：2018 年 8 月 13 日至 2021 年 6 月 20 日止)，薪酬委員會共召集 3 次，平均出席率 100%。

與獨立董事溝通情形

獨立董事與內部稽核主管及會計師之溝通政策：

獨立董事與會計師至少每年一次定期會議，會計師就本公司財務狀況及整體運作情形及內控查核情形向獨立董事報告。本公司內部稽核主管不定期與獨立董事就年度內部稽核計畫執行情形進行報告，且內部稽核主管於每季至少一次的審計委員會召開時，列席報告。

內部稽核之運作

1. 本公司依據金管會頒布之「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」訂定本公司之「內部控制制度」、「內部稽核實行細則」及「自行檢查作業程序及方法」並執行之。
2. 稽核工作主要是依據董事會通過的稽核計畫執行，該稽核計畫係依據風險評估而擬訂，另視需要執行專案稽核。
3. 內部稽核作業完成後，編製稽核報告呈董事長(或其授權人)核閱，如有發生缺失或異常事項時，即提出建議並協調單位改善，並定期跟催改善情形。
4. 稽核報告及缺失改善情形除定期呈董事長(或其授權人)核閱外，另送獨立董事(即審計委員)查閱，且於董事會及審計委員會中報告。
5. 稽核室每年進行公司各單位及子公司自行檢查報告之覆核，併同所發現之內部控制缺失及異常事項改善情形，提供董事會及總經理作為評估整體內部控制制度有效性及出具內部控制制度聲明書之依據。

參與的公協會運作

主要營業項目為保養品研發及銷售業務，為與社會各界緊密連繫永續合作發展及掌握市場脈動，我們參與台北市化粧品商業同業公會，一起致力於創造產、官、消費大眾三贏的產業新局。

誠信經營守則

本公司應本於廉潔、透明及負責之經營理念，制定以誠信為基礎之政策，並建立良好之公司治理與風險控管機制，以創造永續發展之經營環境。

2019 年 DR.WU 全體員工未發生任何貪瀆、賄賂及勒索等行為，確實遵守誠信經營守則。

風險管理

風險議題	風險評估	因應策略
營運風險	外部環境風險	除了應遵循法規規範外並根據市場競爭和消費趨勢變化，適時調整營運策略方向。
	品牌形象風險	訂定「危機處理及重大品異管理辦法」，立即採取有效應變措施，分析調查找出關鍵原因，擬定矯正及預防措施。
財務風險	匯率、利率風險	針對較多外幣之部位採取遠期外匯合約及相關匯率避險工具，並隨時與銀行保持密切聯繫及蒐集匯率相關之國際金融資訊，以充分掌握匯率走勢。
	流動資金風險	穩定經營業務使現金流入並管控成本支出，並且正確編製收益及費用分配預算。
資訊安全風險	內外部資訊威脅	訂定資訊安全管理要點及作業程序、資訊設備安全盤查、定期社交工程演練及宣導教育訓練。
	個資安全風險	訂定「個人資料保護辦法」，若有委外作業涉及個資時，要求廠商善盡保密義務並簽訂保密合約。



4. 環境

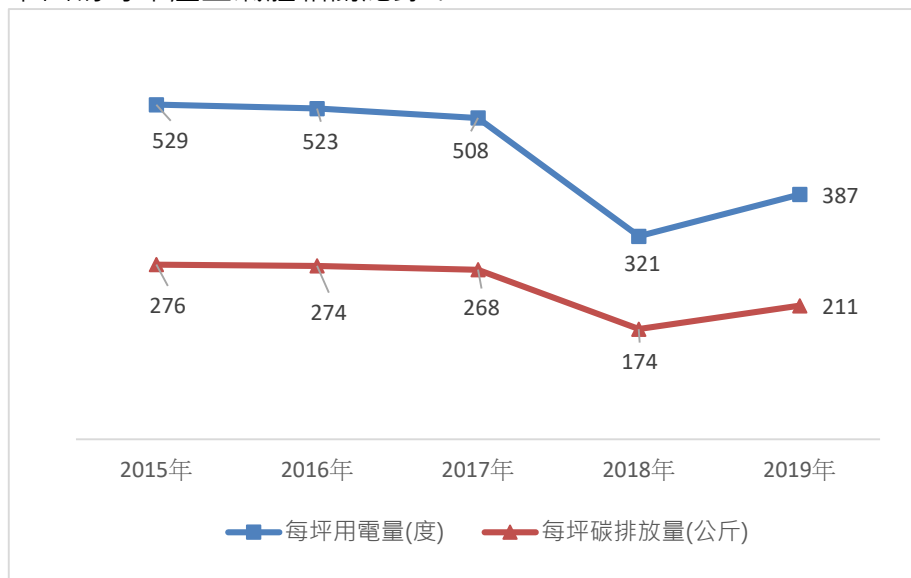
4. 環境

DR.WU 致力於經濟、環境與社會等各方面的平衡，除追求提供「高效能、低敏感」產品予消費者外，同時思考對於環境生態的保護，在 DR.WU 產品研發政策中，明列多項不得添加成分，如：塑膠微粒的柔珠成分、抗菌的三氯沙(Triclosan)等對於環境生態有顯著影響的成分，表明 DR.WU 在追求營業收益前有確實考量對環境是否造成重大影響。DR.WU 放眼全世界，以國際最嚴格的产品標準為基礎，創造保養品產業的綠色競爭力。

4.1 溫室氣體

DR.WU 並非高度消耗能源的產業，溫室氣體的控制變動，對於整體環境的影響甚微，然而 DR.WU 仍盡力減少不必要的溫室氣體排放，針對用電產生的溫室氣體排放，定期監控追蹤檢討。

下圖為每年溫室氣體相關紀錄：



2019 年度每坪用電量(度)及碳排放量(公斤)分別較 2018 年度增加 21%及 21%，主要因 2017 年 10 月起公司搬遷至新辦公室，辦公空間增加一倍；2019 年度因內部政策綜合考量，於 2019 年 4 月起公司搬遷至新辦公室，減少原有 20%使用面積。DR.WU 近年全體員工積極減少不必要能源消耗使用總電量已維持一定用量，惟因辦公室坪數增減而變化。目前朝向與房東溝通更換能源效率較好之設備，以盡一己之責。

4.2 用水及節能減碳

除了針對用電的節約，尚有其他 DR.WU 全體員工能共同努力的項目，包含用水及用紙的節約、資源回收分類等。DR.WU 制訂「節能減碳管理政策」，定期宣導其觀念，期許全體員工除了在公司有這樣的精神，更能將此觀念內化並帶至生活週遭；此外，DR.WU 導入 EasyFlow 電子表單系統、簡化內部流程等，透過流程優化減少非必要之資源消耗。全體同仁都為環境盡一己之力，發揮聚沙成塔的效益。

導入電子發票

過往消費者透過 DR.WU 官網及內部購買流程，DR.WU 均會開立實體發票並郵寄寄送，這樣的流程耗費非常多的資源，故 DR.WU 於 2017 年 4 月起導入電子發票，僅須寄送實體紙本發票予中獎消費者，此舉大幅減少紙張及寄送的消耗。

EasyFlow 電子表單系統

以往公司內部控制流程的簽核均以實體表單來執行，平均一年有逾萬張單據量，故 DR.WU 於 2016 年 1 月起導入 EasyFlow 電子表單系統，將單據及簽核狀況記錄於系統之中，截至 2019 年 12 月為止已將百分之八十單據流程電子化，其餘單據流程將持續執行電子化，以百分之百為目標，邁向無紙化辦公之目標。

4.3 產品包裝設計

產品包裝是 DR.WU 行銷的重要環節，惟環境保護更為首要優先考量項目，故訂定下列規範：

1. 產品容器使用可回收材質。
2. 產品包裝印刷使用環保大豆油墨。
3. 禁止產品過度包裝「包裝體積比值(PVR)小於 1」。





5.社 會

5. 社會

做為台灣醫美保養 No.1 的領導品牌，深知當企業規模愈大，對產業、甚或社會的影響力也將愈深廣。DR.WU 重視道德、遵守法治，希望能以自身的經營建立永續典範，成為社會整體向上的力量。DR.WU 相信企業的責任是讓社會更好，自成立以來，即以本業出發，完善公司制度、關懷員工及社區，並透過各項策略活動促使所有利害關係人均能向上提升，創造良性循環。

DR.WU 不只期望在全球競爭舞台上保持領先，為台灣的全球化及經濟成長貢獻一份助力，更將繼續實踐企業社會責任，推動「美麗新世界」，致力成為優良的企業公民。

5.1 員工照顧

DR.WU 所聘任的員工為公司最大且最為珍貴之資產，為推動讓員工工作生活平衡、身心健康並提高工作之安心舒適感，DR.WU 肩負照顧及鼓勵的責任，努力打造令人安心的工作環境，並期許自己做為使人認同之品牌企業，讓員工樂於工作、享受生活。

員工結構

2019 年員工總人數 112 人，由於受到產業別的限制，男性員工為 15 人佔員工總人數 13%，女性員工為 97 人，佔員工總人數約 87%。

平均年齡 32 歲，30 歲以下員工 37%(41/112)，30-50 歲員工佔全體員工 63%(71/112)，50 歲以上員工 0%(0/112)。

項目	類別	人數
職務類型	管理階層	6
	非管理人員	67
	門市人員	39
學歷	碩士以上	9
	大學(專)	93
	高中(含以下)	10
年齡	50 歲以上	0
	30~50 歲	71
	30 歲以下	41
性別	男性	15
	女性	97

2019 年新進及離職人員性別及年齡分布：

項目		性別		年齡		
		女	男	30 歲以下	30-50 歲	50 歲以上
新進人員	人數	43	9	23	29	0
	占比	83%	17%	44%	56%	0%
離職人員	人數	45	14	25	34	0
	占比	76%	24%	42%	58%	0%

企業員工守則

以誠信經營守則及員工守則傳遞企業精神及規範，樹立員工專業之行為風範與道德價值觀，學習尊重他人、維持良好之社會群體秩序。

鼓勵在職學習

實質投資員工積極接受在職進修，鼓勵主動學習、加強職能專業以提升自我。
本公司不定期舉辦內部管理及專業訓練課程，另視需要亦派員參加外部機構舉辦之訓練，提供員工完整之訓練及進修管道。
本公司 2019 年度總訓練時數為 1,019 小時，平均每人訓練時數 11 小時；總訓練成本為新台幣 503 仟元，包含訓練支出及投入訓練之員工時薪成本，訓練課程如下：

課程名稱	對象
產品課程	一般員工/主管
新人引導課程	一般員工/主管
翻轉職場人生的五個秘訣	一般員工/主管
口語表達技巧	一般員工/主管
招募面試技巧	主管
績效管理實務	主管
庫存管理與存貨策略	生管人員
新勞動事件法對企業之影響與法遵稽核實務	稽核人員
最新勞動檢查案例解析與企業新工循環之電腦稽核實務	稽核人員

請假休假制度

DR.WU 提倡正常工時，樂見員工準時下班，平衡工作與生活。
自 2015 年起實施優於勞基法之休假新制，並依年資逐年增加可休假天數，以鼓勵員工自行安排活動，放鬆身心。

育嬰留停員工佔比及回職率

DR.WU 是一個年輕活力的企業，平均年齡為 31 歲；DR.WU 對於員工育嬰留停申請採取充分支持的態度，育嬰留停的期間依該部門主管按時間、部門人力評估是否增聘人力；待育嬰留停結束，確實與員工溝通復職工作內容，做最適切的安排。

2019 年育嬰留停情形

項目	2019 年	
	女	男
該年度享有育嬰留停資格人數(A)	7	3
該年度申請育嬰留停人數(B)	4	-
預定該年度復職人數(C)	4	-
實際復職人數(D)	2	-
復職後 12 個月仍在職人數(E)	1	-
留職期滿復職率(D/C)	0%	-
復職週年留任率(E/前一年度之 D)	100%	-

績效考核制度

依績效管理辦法，考核對象為年資滿三個月的正式員工，依公司發展目標、個人職涯規劃及工作職掌成果明定考核比重，每月由部門主管定期檢討及追蹤各員工績效，每半年進行一次績效考核評鑑(KPI review)，成績結果由最高權責主管做落等分配，2019 年 DR.WU 員工皆 100%進行績效評核，並以公平原則進行，不牽涉任何性別歧視等議題。針對成績公布結果與個人自評之間的差異，部門主管將進行明確的雙向溝通，期許透過績效考核，與職涯發展及職務晉升完整結合，提供完善的升遷獎勵制度。

安心舒適的辦公環境

DR.WU 認為空間環境會影響工作效率及產出成果，因此提供整潔且便利的環境及設備是本公司最基本的原則，因此，大至辦公室座落地點的選擇，小至以咖啡、各式飲品與休閒食品的供應等，提供員工舒適及穩定的辦公環境。而定期舉辦之餐敘聚會，更拉近同仁的距離，透過更多的互動凝聚向心力。

2018 年搬遷至新辦公室，給予員工全新裝修舒適之辦公環境，並為減緩員工上班顛峰時段交通壅塞，採彈性上下班，期許員工更為專注將專業發揮於各項工作之中。

激勵與福利

除定期舉辦之獎勵海外旅遊、年終籌辦感恩餐會，慰勞員工辛勞外，平日不定期提供新品試用、福利分享，以及員工購物之特別優惠做為員工福利，也因此讓員工對公司及產品有更深的認識。

目前 DR.WU 全體員工除了勞保、健保、勞工退休金提撥外，並享有高額團體意外險、海外出差平安保險及定期員工健康檢查。

職工福利委員會

2015 年正式成立職工福利委員會，接手持續推動多項員工相關福利政策。例如：員工旅遊、節慶活動、烘焙體驗課程及各項體適能運動。



勞資溝通

DR.WU 員工可透過員工申訴機制反應工作上相關問題。目前，DR.WU 定期召開勞資會議，透過雙向溝通，促進勞資和諧。

5.2 供應商管理

定期落實供應商評鑑，透過品質、價格、交期與服務等四個評鑑標準，建立以永續經營為目標的供應商管理。

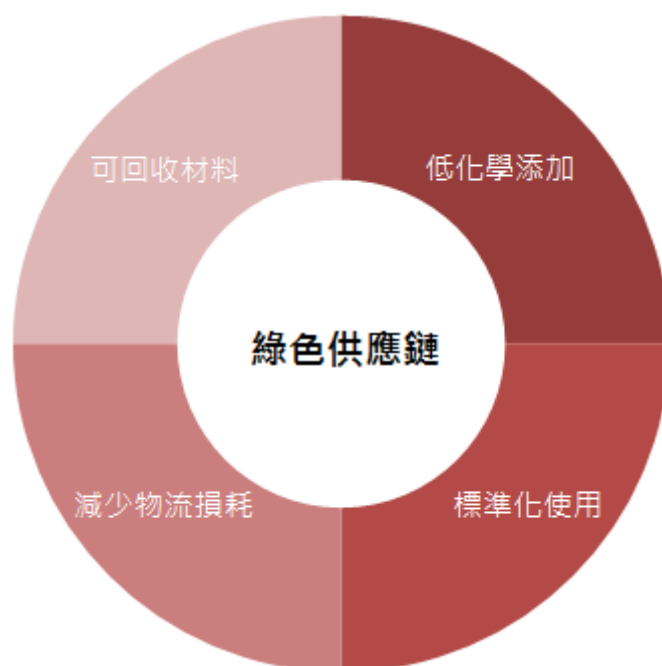


原料溯源管理

DR.WU 定期及不定期前往主要供應商，查核製造流程是否遵循 ISO 或 GMP 規範，調查原料來源及添加量合理性評估，確保終端消費者使用 DR.WU 產品之權益。委託代工廠皆擁有台灣 GMP 或國際 ISO22716/ISO9001 等認證，全面遵守 GMP 作業規範。DR.WU 導入批號管理，若有發生重大異常須回收處理時，將啟動產品回收機制。2019 年內購佔比為 83%；外購佔比為 17%。

綠色供應鏈計劃

DR.WU 訂定四大方向落實環境保護要求。首先，以低化學添加搭配天然植物萃取原料，減少對生態環境的汙染；其次，透過標準化包裝紙箱與循環再利用，以減少樹林被砍伐的面積；接著以專業物流的配送，減少物流損耗，降低輸送過程中二氧化碳量的排放；最後，利用可回收的材料製成瓶器，減輕塑膠材質對地球環境的危害。



供應商企業社會責任約定

DR.WU 要求配合供應商承諾亦重視企業社會責任，除積極致力良善之公司治理，並應關注社會關係及永續環保，以追求企業永續發展。若供應商對於環境及社會造成顯著負面影響時，DR.WU 將隨時終止合作關係。

上述承諾載明於合約中，並列入定期供應商評鑑項目之一。

產業共榮

DR.WU 除追求自身發展外，更心繫台灣美容相關產業的整體向上發展。多年來也致力朝此方向努力進行，有近九成的原物料採購來自 MIT。

為提升產品品質及效能，DR.WU 不定期參與全球各地相關展覽、自國外吸收新知、引進新原料技術並運用於產品上，亦會將這些新知技術資訊與協力代工廠商進行分享，提升國內製造廠商之國際視野及專業。

由於對於產品品質安全穩定的要求，DR.WU 透過嚴謹的篩選制度及供應鏈管理，無論是在環保、公共安全、衛生管理、作業流程，對所有的供應商嚴格要求，均需符合法令規範，更要達到 DR.WU 要的更高標準。透過多年不斷的修正改良，無形之中同步提升了國內包含化妝保養品製造商、印刷、瓶器、倉儲運輸產業等的專業水準與競爭能力。

DR.WU 品牌的操作成功，形成同業間的良性競爭，研發更新穎的技術、追求更卓越的效能，進而帶動台灣醫美產業的進步。而 DR.WU 不僅在台灣發展，更逐步將品牌帶到海外，讓台灣品牌登入國際舞台，提升 MIT 產品的國際能見度，更是讓台灣產業共生共榮共好的最終目標。

組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化

本公司於報告期間內的組織規模、結構、所有權或供應鏈並無任何重大變化。

5.3 客戶服務

提供專業知識

做為美容相關產業的一員，DR.WU 為一傳遞「美」的事業，創立的使命即是要以簡單快速的方式為各類肌膚問題提出最有效的解決方案，進而藉由外表的改善強化自我的認同與自信。因此除了產品的推動外，更重視肌膚保養觀念的教育及推廣。平時配合季節與氣候變化藉由報章及電子媒體製作保養專題傳遞正確的保養觀念與新知，並自行舉辦或與媒體或其他企業合作專題講座活動、線上專題講座，將美的概念教育及肌膚保養傳遞至社會大眾。



客戶溝通管道

DR.WU 提供多元管道的即時 B2C 溝通方式：

1. 0800 專線(0800-083-999)
2. 客服信箱(service@drwu.com)
3. 官方網站(www.drwu.com)
4. Facebook 粉絲團(www.facebook.com/drwu.fans)

消費者可透過上述方式與 DR.WU 聯繫、互動，而 DR.WU 亦能快速有效地處理消費者問題並歸納分析之，以提升消費者滿意度。除了消費者主動告知問題外，DR.WU 同時也進行網路口碑監控，以便快速掌握訊息、做出決策。

透明產品標示

DR.WU 全系列產品除依「化粧品之標籤仿單包裝之標示規定」，將所有必要資訊(品名、製造訊息、全成分、保存期限等)全數揭露於產品外盒外，DR.WU 為給予消費者專業的使用方式，透過淺顯易懂的文字或圖示呈現，使產品更能發揮對於消費者肌膚的呵護。2019 年本公司無未有遵循產品與服務之資訊與標示法規之情事。

USE STEP 使用步驟

step 1

潔顏慕斯



step 2

杏仁酸煥膚

中性/油性肌 乾性/敏弱肌



step 3

化妝水



step 4

精華液



step 5

乳液/乳霜



step 6

防曬



step 7

身體乳液



煥膚日誌大公開 還原細緻柔嫩美肌

Demand	Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
缺水乾燥肌 做1休2	日常保養 玻尿酸保濕系列	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 玻尿酸保濕系列	日常保養 玻尿酸保濕系列	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 玻尿酸保濕系列	日常保養 玻尿酸保濕系列
油光粉刺肌 做2休1	日常保養 杏仁酸煥膚系列	煥膚日 杏仁酸精華	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 杏仁酸煥膚系列	煥膚日 杏仁酸精華	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 杏仁酸煥膚系列
暗沉斑點肌 做1休1	日常保養 潤透光美白系列	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 潤透光美白系列	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 潤透光美白系列	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 潤透光美白系列
熟齡老化肌 做1休1	日常保養 超逆齡修復系列	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 超逆齡修復系列	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 超逆齡修復系列	煥膚日 杏仁酸精華	日常保養 超逆齡修復系列

※違反化妝品衛生管理條例

本公司係保養品自有品牌廠商，對於品牌產品之推廣需藉由各種媒體管道進行傳播，因此，廣告行銷是品牌經營重要環節，但過程中發生違反「違反化妝品衛生管理條例」裁罰之情形，以下是裁罰可能涵蓋的範圍：

1. 媒體廣告：電視、報章雜誌、網路等媒體廣告刊登。
2. 媒體報導：報章雜誌、通路型錄傳單、網路購物網站等報導或刊登。
3. 官方網站：公司網站的產品相關訊息。
4. 產品外盒：產品外包裝文案及標示。

本公司遭台北市衛生局裁罰案件均無涉及對化妝保養品最重要之安全及衛生問題，主要係觸及化妝品衛生管理條例當中有關廣告行銷之相關規範，雖於廣告用詞認定常與主管機關有差異，本公司仍盡力遵循之。

2019 年裁罰案件共 6 次，累計金額為 200,000 元。

個人資料保護情形

社會上不法的犯罪行為猖獗，造成人與人之間的關係疏遠、防備之心時時警覺。DR.WU 認為好的企業應該努力建立社會大眾的信心，對於企業管理應更加重視各樣的資料保護，包括非常重要的消費者個人資料。因 DR.WU 直營專櫃及官方網站，會蒐集到許多消費者的個人資料，除了購買資訊外，還有肌膚狀況等。本公司 2019 年無違反個人資料保護法遭主管機關裁罰之情事。

針對個人資料保護的具體作法如下：

1. 資料存取權限設置。
2. 告知並取得消費者同意其資料使用範圍。
3. 資料庫數據加密管理。
4. 資料庫防火牆及弱點偵測。
5. 委外專業廠商定期及不定期協助管理。

5.4 社會公益參與

DR.WU x 勵馨 愛馨公益捐贈

根據衛福部統計，全台有 26 萬多低收及中低收入戶家庭，仍有許多小朋友在生活環境困苦或物資缺乏的環境下長大。DR.WU 一直以來秉持社會回饋的精神，於 2019 年聖誕節攜手勵馨基金會，由董事長吳奕叡代表公司捐出 15 萬作為愛馨物資捐贈基金，採買日常生活必備物品，提供遍布全台各地分事務所的小朋友們，在寒冬中給予實質上的幫助與溫暖。捐贈感謝儀式活動當天，由董事長及副總一同前往勵馨基金會總部，勵馨副執行長王怡雯親自帶領參觀介紹。DR.WU 期望透過此次物資公益捐贈拋磚引玉，引起社會大眾關注，還有許多弱勢家庭與孩子們需要幫助，邀請大家一起為需要幫助的人盡一份心力！





6.GRI Standards指標對照表

6. GRI Standards 指標對照表

準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
GRI 102：一般揭露 2016			
組織概況			
102-1	組織名稱	3 關於 DR.WU	5
102-2	活動、品牌、產品與服務	3.1 營運概況 3.2 經營策略	5~6 7
102-3	總部位置	3 關於 DR.WU	5
102-4	營運據點	3.1 營運概況	5
102-5	所有權與法律形式	3.1 營運概況	5
102-6	提供服務的市場	3.1 營運概況	5~7
102-7	組織規模	3.4 公司治理	9~11
102-8	員工與其他工作者的資訊	5.1 員工照顧	15~18
102-9	供應鏈	5.2 供應商管理	19~20
102-10	組織或其供應鏈的重大改變	5.2 供應商管理	21
102-11	預警原則或方針	2.2 重大議題分析與管理方針 3.2 經營策略 3.4 公司治理	3~4 7 12
102-12	外部倡議	無	-
102-13	公協會的會員資格	3.4 公司治理	12
策略			
102-14	決策者的聲明	經營者的話	1
倫理與誠信			
102-16	價值、原則、標準和行為規範	3.4 公司治理	11~12
治理			
102-18	治理結構	3.4 公司治理	9~12
利害關係人溝通			
102-40	利害關係人團體	2.1 利害關係人關注議題及溝通管道	2
102-41	團體協約	5.1 員工照顧	15~18
102-42	鑑別與選擇利害關係人	2 利害關係人溝通	2
102-43	與利害關係人溝通的方針	2 利害關係人溝通	2~4

準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	2 利害關係人溝通	2~4
報導實務			
102-45	合併財務報表中所包含的實體	3.3 財務績效	8
102-46	界定報告書內容與主題邊界	2 利害關係人溝通	2~4
102-47	重大主題表列	2 利害關係人溝通	2~4
102-48	資訊重編	2019 年無此情事	-
102-49	報導改變	2019 年無此情事	-
102-50	報導期間	關於本報告書	-
102-51	上一次報告書的日期	關於本報告書	-
102-52	報導週期	關於本報告書	-
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	-
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	-
102-55	GRI 內容索引	6 GRI Standards	25~27
102-56	外部保證/確信	無	-
GRI 103：管理方針 2016			
103-1	解釋重大主題及其邊界	2.2 重大議題分析與管理方針	2~3
103-2	管理方針及其要素	2.2 重大議題分析與管理方針	3~4
103-3	管理方針的評估	2.2 重大議題分析與管理方針	3~4
特定揭露			
GRI 200：經濟主題			
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	3.3 財務績效	8
201-3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	5.1 員工照顧	15~18
202-2	僱用當地居民為高階管理階層的比例	5.1 員工照顧	15~18
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	5.2 供應商管理	19
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	2019 年無此情事	-
GRI 300：環境主題			
302-4	減少能源消耗	4.1 溫室氣體 4.2 用水及節能減碳	13~14
302-5	降低產品和服務的能源需求	4 環境	13~14
305-2	能源間接(範疇 2)溫室氣體排放	4.1 溫室氣體	13~14

準則	揭露項目	對應章節及特別說明	頁碼
305-5	溫室氣體排放減量	4.2 用水及節能減碳	13~14
301-3	回收產品及其包材	4.3 產品包裝設計	14
308-1	採用環境標準篩選新供應商	5.2 供應商管理	19~20
308-2	供應鏈對環境的負面影響，以及所採取的行動	5.2 供應商管理	19~20
GRI 400：社會主題			
401-1	新進員工和離職員工	5.1 員工照顧	16
401-2	提供給全職員工的福利	5.1 員工照顧	16~18
401-3	育嬰假	5.1 員工照顧	17
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.1 員工照顧	16
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	5.1 員工照顧	17
405-1	治理單位與員工的多元化	3.4 公司治理 5.1 員工照顧	10 15
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	5.3 客戶服務	22
417-2	未遵循商品與服務之資訊與標示法規的事件	5.3 客戶服務	23
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	5.3 客戶服務	23
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	5.3 客戶服務	23



DR.WU SKINCARE CO.,LTD.