



BUYING POWER
社會創新選品誌

2023



什麼是 Buying Power ?

選擇「有責任感的」採購，就是讓社會變得更好的力量！

「Buying Power」是經濟部自 2017 年開始推動的社會創新產品及服務採購獎勵機制，鼓勵各界支持回應永續發展目標的優良供應商。響應單位橫跨民間企業、國營事業、政府機關，採購總金額累計已超過 31 億元！

獎項分為採購獎與特別獎，凡是年度社創採購金額到達 50 萬 / 100 萬 / 500 萬 / 1000 萬以上即可申請採購獎，而與社創組織有高度對應之 SDGs 的專案合作則有機會獲得特別獎。

「Buying Power」獎勵機制不僅串連供需兩方的需求，同時使得台灣的社會創新產品和服務，擴散到更廣大的市場。

申請詳情請見簡章：

<https://si.taiwan.gov.tw/Home/buyingPower/apply>



社會創新選品誌 的功能？

社創組織百百種，如何找到適合的合作對象？

「社會創新選品誌」優選介紹年度入選的**八十家社創組織**

以生活情境的**十大類型**提供對應的產品或服務的介紹與合作方案。

協助有興趣的採購者快速找到和自家品牌形象最速配的夥伴。

Buying Power 跟 SDGs 的關係？

SDGs 為聯合國宣布的 17 項「2030 永續發展目標」
(Sustainable Development Goals)，是反映永續趨勢的國際指標。

企業不只是撈起永續社會的中堅份子，將 SDGs 納入企業發展戰略，更能讓企業在面對環境、社會風險，例如氣候變遷、潔淨能源、性別平權等議題時，擁有更強大的應變韌性、發展出更積極的獲利機會。

Buying Power 本身實踐了 SDGs 的第 12 項「責任消費及生產」，也在擴大多元的社創採購過程中，帶動了對於 SDGs 其他項目的成長，例如第 1 項終結貧窮、第 4 項優質教育、第 8 項良好工作與經濟成長以及第 11 項永續城鄉等等，而因為臺灣社會創新組織的多樣性，每一項的 SDGs 指標，都能找對應的組織攜手合作。

企業投入 Buying Power 社創採購的同時，除了回應本身經營業務需求，也能同步強化自身與 SDGs 之間的關係，在既有的營運結構中，無縫融入 SDGs 的良善內涵。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

2023 Buying Power 社會創新選品誌

指導單位 / 經濟部中小企業處

專案計畫 / 經濟部中小企業處 112 年度促進社會創新合作計畫

計畫執行 / 安侯永續發展顧問股份有限公司

企畫製作 / 橙也創藝有限公司



BUYING
有責商行
 POWER

什麼是「有責商行」？

生態環保倡議家拉佩 (Anna Lappé) 說：「你的每一次消費，都在為你想要的世界投票。」

「有責商行」集結了每年嚴選的社創選品，成為在意各種責任消費議題的消費者都應該參考的購物指南。

如果說「Buying Power」是面向企業組織的採購機制，那麼「有責商行」做為社創組織集合品牌就是面向所有消費者的認明標章。

「有責」的讀音既是責任的責，也是選擇的擇。

在「有責商行」裡面，鼓勵優秀的責任生產者
 也希望可以邀請更多有責任的消費者、合作單位一起共創價值。



有責生產+有擇消費=有選擇的未來



CONTENTS

前言	01
大山北月 大山北月有限公司 選品專訪	10
直接跟農夫買 直接跟農夫買股份有限公司 選品專訪	12
2021 社會企業 友聚生機實業股份有限公司	14
Miss Eco 環保外送 一口覓食股份有限公司	15
ROKSN 岩生築見 岩生築見股份有限公司	16
Zestea Kombucha 捷絲餐飲有限公司	17
三小市集 三小文創有限公司	18
全球社會創新 全球社會創新股份有限公司	19
台灣好漁 康福得寶國際健康事業股份有限公司	20
生態綠 生態綠股份有限公司	21
田野勤學 又禎有限公司	22
禾乃川國產豆製所 禾乃川股份有限公司	23
禾餘麥酒 禾餘麥酒股份有限公司	24
好食機 好食機農食整合有限公司	25
成真社會企業 成真社會企業有限公司	26
幸福千千歲 幸福良食有限公司	27
果嶼 日裏文創事業有限公司	28
花蓮 淺草堂 淺草堂	29
咱兜ㄟ養雞場 寶奇生技股份有限公司	30
趴利趴利台灣冰淇淋 昕樸永續股份有限公司	31
員林食品有限公司 (百年仙草) 員林食品有限公司	32
格外農品 格外農品股份有限公司	33
馬祖納禮 尼晞策略有限公司	34
勝利廚房 財團法人台北勝利附設勝利廚房	35
源天然 源天然股份有限公司	36
臺灣藍鵲茶 / 石虎米 八百金股份有限公司	37
蓋婭永續 蓋婭永續行動股份有限公司	38

CONTENTS

食 吃在地

德朱利斯 德朱利斯國際食品有限公司	39
樂芽 TriBake 樂芽永續股份有限公司	40
優森泰 ALTAIS 懿鵬實業股份有限公司	41
燦日大武山 有限責任屏東縣原住民泰武咖啡生產合作社	42
鮮乳坊 慕渴股份有限公司	43

衣 迷時尚

CCILU 馳綠國際股份有限公司 選品專訪	46
FNG 世代設計 世代設計股份有限公司	48
Merry Young 快樂襪 財團法人瑪利亞社會福利基金會附設快樂襪子店	49
Mijily 迪爾國際有限公司	50
Story Wear 七棵橡樹國際股份有限公司	51

住 舒適居

日常經典 日常經典有限公司	52
Rewood 木酢達人 盛發生物科技有限公司 選品專訪	54
仁舟淨塑 仁舟社會企業股份有限公司 選品專訪	56
picupi 挑品 挑品國際股份有限公司	58
Renouvo 鉅田潔淨技術股份有限公司	59
生命之星 生命之星國際股份有公司	60
印花樂 印花樂美感生活股份有限公司	61
官田烏金 那顆炭國際有限公司	62
玩皮高手 社團法人台南市復健青年勵進會玩皮高手工作坊	63
玩艸植造股份有限公司 玩艸植造股份有限公司	64
芙彤園 芙彤園股份有限公司	65
長日咖啡 蔚來美好生活服務有限公司	66
茶籽堂 捷順企業股份有限公司	67
茶寶 茶寶股份有限公司	68
捷綠木 台捷精密股份有限公司	69
淨毒五郎 淨毒五郎有限公司	70
綠藤生機 綠藤生物科技股份有限公司	71

福 護健康

群崧整合服務 群崧整合服務股份有限公司 選品專訪	74
FarHugs 遠距抱抱 鳴醫股份有限公司	76
台灣微光行動協會 社團法人台灣微光行動協會	77
窩新生活照護 窩新生活事業有限公司	78

育 學無盡

玩轉學校 習元國際教育有限公司 選品專訪	80
心象工作室 心象工作室	82
台灣潛水 恩瀛企業有限公司	83
打開台北 打開台北有限公司	84
黑暗對話社會企業 黑暗對話社會企業股份有限公司	85
環境友善種子 環境友善種子有限公司	86

樂 起步走

品生活 品生活國際旅行社股份有限公司 選品專訪	88
多扶假期 多扶旅行社股份有限公司	90
洄遊吧 FISH BAR 洄遊吧有限公司	91
島內散步 島內散步旅行社股份有限公司	92

眾 眾樂樂

阿龜微氣候 蜂巢數據科技股份有限公司 選品專訪	94
5% Design Action 社會設計平台 社計行動股份有限公司	96
ECOCO 循環經濟 凡立橙股份有限公司	97
iGoods 愛物資 艾谷思享創股份有限公司	98
Impact Hub Taipei 台灣好室有限公司	99
元沛農坊 沃畝股份有限公司	100
巨獸綠色科技 巨獸綠色科技有限公司	101
好盒器 人嶼物股份有限公司	102
老玩客 老玩客股份有限公司	103
奉茶行動 原點社會企業股份有限公司	104
或者 鴻梅文創志業股份有限公司	105
陽光伏特家 綠點能創股份有限公司	106





**BUYING
POWER**



**SOCIAL
INNOVATION
PRODUCTS AND
SERVICES
PROCUREMENT**



Food

吃在地

TYPE. 減碳新鮮都兼顧





大山北月

廢校活化，創造柑橘的一百種可能

大山北月深耕多面向的社會創新與地方議題。創辦人莊凱詠為第 60 屆十大傑出青年，克服了當地教育落差、場館閒置及產銷失衡種種問題，成功活化廢棄小學空間，和在地小農密切合作，開創豐富的農事體驗和農事市集。將「藝術美感教育」、「農事深度體驗」、「公共空間改造」導入在地生活。

新竹以盛產柑橘聞名，大山背向陽背風的地理位置，讓在地橘農種出了千滋百味的「柑橘博物館」，山上的果園佈滿結實累累的各類柑橘，隨手捻來茂谷柑、三寶柑、豔陽柑、南洋柑、肚臍橙、紅肉橙、黃金橘、小蜜蜂、不知火等二三十餘種，還有各式熱門的柑橘加工產品。

大山北月曾入圍台灣地域振興大賞的風土產獎，並獲得友善社區獎及綠色餐飲指南最高二葉評鑑。柑橘不只是柑橘，而是大山背的客鄉文化與在地故事果實！



4 教育品質 舉辦美展並推出看山小朋友 T 恤 落實偏鄉在地國小美學教育計劃

12 責任消費與生產 吸引超過 50 萬人次造訪大山背 助銷 100 萬斤農產品促地方發展

15 陸地生態 協助逾 20 戶農友推廣友善農法 以天然有機肥及人工除草促進永續

打包一份「橙黃橘綠時」 吃出奔放玩心，玩出療癒力量

大山北月，位在新竹橫山鄉的大山背，「北月」就是從「背」字拆寫而來。

充滿童心的校舍空間，有木頭課桌椅、地上有跳房子的遊戲，連餐飲部的點菜單，也設計成考試卷的樣子。餐點沒有景觀餐廳常見的義大利麵或鬆餅，而是結合新竹峨眉東方美人茶、橫山窯房麵包、竹東麻糬、北埔擂茶、關西仙草麵的「台三線套餐」。每個設計都玩心大發，差點忘了原來這裡以前是廢棄的老舊校舍，曾經荒煙蔓草資源不足。

大山北月的莊凱詠和吳宜靜攜手，把當地的農友找來辦農夫市集，Q 米、茶葉、龍眼、竹筍、橫山梨、芭蕉、薑、火龍果、楊梅、百香果、地瓜葉、蛇瓜，遊客逛逛買買吃吃，開開心心。大山背的物產多到出成了撲克牌，莊凱詠像 rap 一樣唸出一串在地的柑橘品種：美女柑、豔陽柑、帝王柑、不知火、阿婆柑、桶柑、佛利蒙、肚臍橙、茂谷柑、紅肉橙、三寶柑、椪柑……這甚至還不是完整名單。

但是新鮮蔬果的保鮮期短，產季也只集中在某幾月，於是再製成了加工品。莊凱詠喜歡從別人不看好的地方，變出亮點。「像我是小個子，我喜歡打棒球。一般人覺得小個子不能打棒球，沒想過我的個子竟然可以因為好球帶的關係，變成上壘的保證。」長大之後，莊凱詠策展了幾十種橘子，更把橘子按照品種，全株利用，吃乾抹淨。

沒有農藥、表皮黑黑醜醜的火燒柑，洗淨熬煮切片，變成橘子蜜餞。特別酸的橘子，被加進台式香腸，成為完美平衡油膩感的橘子香腸。大塊頭的柑橘水分很多，被做成橘子大福，「咬下去會在你嘴巴裡面爆漿，沒人想過會比草莓大福更好吃」。還有柑橘啤酒、柑橘醬油，未來要聯名柑橘巧克力、柑橘麵包，指日可待。

這些加工品，原本只是為了解決農民受限的收入，卻把大山北月的美味和美學，帶到更遠的地方。即使沒有造訪場域，眼前也有「橙黃橘綠時」的美景。



大山北月認為，理念如果都用文宣來溝通，沒那麼有感覺；但吃了喜歡、產生好奇，動機就不同。比如大山北月曾和 Foodpanda 合作企業禮盒，這段聯姻乍看很反差，「我們本土，他們外商，我們在海拔四百多公尺的山上，沒有便利商店，更不會有 Foodpanda 外送。但是，我們都很注重『食』，食材的安全，食物的創新。這個共通點，非常有趣。」正因為「食」無國界、不需語言，所以能讓人類之間產生不同層次的連結與理解。

放眼五年十年後的大山北月，可不一定只會乖乖待在「食」的領域。「山裡面的資源很多，自然的能量很大，能療癒都市人，壓力很大的竹科人。」（逗笑現場）「此時此刻的山上，是橘子花開的時候，大部分的果農在這個季節會開始噴藥，所以是不能進去果園的。但我們合作的果園沒有噴藥，歡迎光臨，盛開的橘子花非常芬芳，餐會、瑜珈、頌鉢……很適合在樹下做各種五感活動。」暫時離開辦公室，是放鬆，也是生產力的充電。

「一年好景君須記，最是橙黃橘綠時。」大山北月也許只有一個，但它的存在提醒了，我們以為什麼都沒有的山上，卻是讓身心靈獲得最多的地方。

文字 / 陳好寧
攝影 / 謝葉霖

有責私推：

如果辦公室同事總是在團購美食、熱愛吃吃喝喝，大山北月能滿足同事的胃袋，也能用幾十種柑橘開發同事們的感官和品味。如果嚮往山上的修復級能量，更要去大山北月走走，在橘子樹下的各種活動，都是身心靈成長的可能。

大山北月有限公司
莊凱詠 | 執行長
0918-010-716
chuangkaiyung@gmail.com





直接跟農夫買

跟農夫站在一起，守護健康！守護土地！

直接跟農夫買嚴選當季水果、農家私房手作、特色禮盒、CSR 客製企劃，還有養一桌食物計畫、募集友善農食捐弱勢、農夫帶路等各種農村參與方案，讓消費者和農夫不再只是買賣關係，而是守護健康與土地的盟友。

直接跟農夫買曾獲網購包裝減量標章、農委會食農教育推廣計畫 A 評等、DBS FOUNDATION 亞洲社會企業獎勵、衛福部社會共榮獎等多重肯定。合作的友善生產者超過 200 位、本土農作品超過 450 項，與 8 萬會員和 100+ 企業攜手，共同支持友善農地達 668 公頃，生態指標性生物 超過 13 種。

84% 的合作農友提升了身為農食生產者的自信心，參與認養計畫活動之企業員工，滿意度超過 98%。

2 攜手企業與消費者扶助弱勢家庭
年供友善栽培糧食 43,140 人次

12 支持友善農地達 668.49 公頃
生態指標性生物超過 13 種

13 導入 IOT 農作物聯網應對極端氣候
共擔氣候風險、確保農家基本收入



直接跟農夫買 買出情感認同，買出盟友情誼

跟農夫同進退，認養更有參與感

「直接跟農夫買」的網站上有個有趣的方案——「養一桌食物」。

有別於預購，「養一桌食物」可刺激多了！在網站上付款參與之後，可從苗開始陪伴作物成長，並可透網頁查看作物的生長實境或農夫的生產日記。等待數個月的作物生長期，當收成的日子逐漸靠近，你的作物可能有好多種結果。

緊張嗎？這就是把食物送到市場之前，每個農夫必須走過的經典日常。

創辦人金欣儀說：「養一桌食物計畫，會發生四種可能的情況：按照生產計畫收成、超過計畫大豐收可以多拿、有收成但是長相抱歉、或者完全歉收。在最後一種狀況，我們會退款 2/3，剩下的 1/3 仍然留給農友，做為他們這段期間在田間工作的基本收入。」

這機制的設計，既是為了與農友共同承擔風險，也是加深消費者對於這份農食的認同感。「思考過後可以選擇不要接受，但至少我們應該提供這個思考的過程。」

社會有盟友，農業有創新

「直接和農夫買」這間社會創新組織重視永續農業，也看重消費者、農夫與各種社會參與者之間的盟友情誼。

如果你對於當遠端農夫躍躍欲試，但吃不完那麼多收成，「直接和農夫買」也有和人生百味、南機場食物銀行等扶弱組織合作。你的遠端收成，讓弱勢家庭可以吃飽，還可以吃到在地健康的食材，免於深陷貧窮與營養不均。

此外，他們甚至還與另一間年度選品，也是擅長農業物聯網科技的「蜂巢數據科技（阿龜微氣候）」合作，阿龜用來協助農友監測農田狀況的設備，串接到了直接和農夫買的平台之後，「你可以在網頁上看自己認養的那



塊田間現況，是不是風吹雨打，全都即時收看。」金欣儀說，農業要創新，一定要多跟不同領域合作，才會碰撞出好看的火花。

客製化的極致：比你更知道你想要什麼

在農食領域，能夠變化的體驗機制如此之多。與「直接和農夫買」合作，第一層是驚喜；第二層則會看到縝密的邏輯。客製禮盒不稀奇，但「直接和農夫買」的企業永續專案規劃師，在接到電話之後，除了會問你喜歡什麼，還會主動去翻閱貴司的 CSR 報告書，做一番詳盡的調查。

「除了企業想實踐的 SDGs 價值，我們也會去看企業的『本業』是什麼，做出來的規劃才會跟企業本身緊密扣合。」加上「直接和農夫買」自有的品項多、串連的服務也多，因此能合縱連橫出 n 次方的可能性，實在很難有兩間企業、會做出「撞衫」的客製規劃。

最後，行動的成效還能量化測量，每一份社會影響力，不只存在於天知地知。你我他皆知，這是真實發生的影響力。

文字 / 陳好寧
攝影 / 謝葉霖

有責私推：

你是喜愛小農主題的企業嗎？從吃進肚裡、到各種體驗串連，「直接跟農夫買」都能規劃得妥妥貼貼。即使你是科技公司，「直接跟農夫買」也能找出用科技為農食加值的切角，讓人不只買到食物，更有飽飽的滿足感。

直接跟農夫買股份有限公司
金欣儀 | 負責人
0922-499-188
ifarmertw@gmail.com



2021

自然惟真、共好永續

- 8** 就業與經濟成長 合作梅農 94 人、梅廠聘雇 57 人、老梅經濟圈總產值 4,580 萬
- 10** 減少不平等 提供無息貸款，免除梅農籌措資金困擾及利息負擔
- 15** 陸地生態 堅持以自然工法栽種無毒梅，保持山林及水源純淨



循環餐盒環保外送
打造永續健康新日常！

- 3** 健康與福祉 透過演講、Podcast、電子報提升 1500+ 人健康意識
- 12** 責任消費與生產 提供 100+ 企業循環餐盒餐點 協助 70+ 餐廳轉型永續
- 13** 氣候行動 兩年內減少 55,000+ 件一次性垃圾 線上永續倡議 32 萬人次響應

2021 社會企業

友聚生機實業股份有限公司
林子雯 Tiffany | 產品企劃
0933-223-548
tiffany@2021.com.tw



Miss Eco 環保外送

一口覓食股份有限公司
陳妍廷 | 共同創辦人
0903-581-726
misseco.tw@gmail.com



「2021」命名緣起自圍繞「兩溪廊道」的台 20 與 21 線。兩溪廊道因地處偏鄉，至今無任何工業與現代化產業進駐，讓山區自然生態得以遠離化學汙染，保留土壤的純淨。又因高海拔而少蟲害，無須施灑農藥、除草劑與化學肥料，天生地養，栽種出聞名全台的無毒青梅。

在 2009 年莫拉克風災後，本來是全台最大無毒梅產地的兩溪廊道，產量不若往昔。友聚生機因此成立，不只以保價契作方式收購青梅，也引進和歌山職人釀梅工法，輔導發展各式梅子產品、以及附加價值更高的梅胚（十年老梅初級原料）。

透過結合輔導、研發和銷售打造共好、永續的「老梅經濟圈」，讓原民青年可以安心留在原鄉工作，使家庭機能得以健全；並且提供當地原民婦女二度就業機會，不但增加家計收入，也進而提升自我價值。

Miss Eco 透過循環餐盒送餐，讓活動餐飲不會有任何一次性垃圾，環保再也不麻煩！創辦人以中、西醫師背景，打造兼顧健康、環保、便利的零廢外送體驗。

不論是會議餐盒、論壇活動、企業內訓需要餐點，平台上有 70+ 餐廳美食與飲品選擇，全部使用循環餐盒送餐給您，並當日回收餐盒進行專業清消，讓企業輕鬆舉辦環保會議與活動，同時也提供家庭會員日蔬食手作料理工作坊，從 2022 年至今與 100+ 企業品牌合作，舉辦 250+ 活動。

Miss Eco 相信人們不是不環保、討厭海龜，而是忙碌生活缺少選擇權利，因此我們的願景是成為當代外食社會中的精神糧食，輕鬆照顧人們與地球的健康。



老梅肉



黃梅果釀



老梅酥



環保外送餐點



論壇活動 | 循環餐盒餐食



蔬食手作料理工作坊



岩生築見
ROKSN

一起構築在岩石上的生機！

- 1** 消除貧窮 每年幫助 10-15 個家庭 照顧 12-20 位 12 歲以下兒童
- 8** 就業與經濟成長 以微型生產網路 穩定偏鄉生產者收入
- 12** 責任消費與生產 與通路合作維持農戶穩定生產



岩生築見股份有限公司
周郁恩 | 市場發展與業務部 客戶經理
02-2550-040
info@roksn.com



ROKSN 岩生築見

岩生築見團隊著眼於貧窮議題，從偏遠地區或特殊議題族群的農畜業發展開始，以每個產區為範圍，針對產銷模式與結構、技術與資源應用等兩個主要面向，發展「微型生產網路」，幫助更多家庭與孩子能夠藉由土地的力量來翻轉人生。

原本在非營利組織工作的岩生築見團隊，延續過去實踐的經驗，進一步透過設計適合的扶貧經濟結構並將其事業化，建構可以持續共生獲利的商業模式；根本地改善偏鄉家庭的收入結構，增加下一代的福祉環境，提升持續向上的動能，以可複製的商業模式的特性讓更多的家庭受惠。

在純淨且獨立的高山產區中，岩生築見以科學化的養殖管理系統與持續建構數據的風味資料庫，追求經濟與環境共生，與真實美味的證明。

協同科學專家、原鄉生產者、第三方檢測單位，持續探索兼顧食安並提升風味的可能，讓消費者更貼近健康美味食材。



金環系列：山野中的貴族



雞白湯



雪巖系列：岩石上的落雪



Zestea Kombucha

捷絲餐飲有限公司
陳心蒂 | 品牌共同創辦人
0926-318-562
cindy@zesteakombucha.com



用康普茶的方式 講述台灣茶令人驚嘆的美好

- 3** 健康與福祉 推廣無添加、有天然益生菌發酵康普茶飲品，舉辦多次自釀康普茶課程和腸道健康知識推廣
- 5** 性別平等 為兩位女性創辦人創立，可更好地理解與響應不同人群的需求
- 12** 責任消費與生產 全使用台灣在地有機茶葉，降低碳排放，與在地有機茶農穩定採購，合作耕作面積超過 5 公頃

Zestea 康普茶致力於創造真實、有機、無添加、不過度加工的飲品，使用在地原料、在地生產，減少碳足跡，並積極與有機茶農合作，讓生活更快樂、更健康、更美好。

高糖飲料成為市場主流的當下，大部分的飲料製造商多使用化學添加劑、香精和過度加工的原料，消費者過度飲用可能成為健康的負擔，大量以不可回收容器包裝販售的飲料在成為垃圾後，也容易為環境造成負擔。

Zestea 康普茶的社會使命是解決這些問題，通過提供真實、有機、無添加、不過度加工的飲品，為消費者提供更好的選擇。Zestea 的手工釀造康普茶，不使用康普茶濃縮液，每一瓶都是在臺灣 100% 小批量精釀的成品。

不使用任何調味劑、添加劑，原料包含水只有 4-5 種，含有天然益生菌、有機酸以及在地農產的滿滿心意，只用天然草本植物增添風味，讓您喝到最清爽、自然、獨特香氣的在地康普茶。



Zestea 康普茶 (6 瓶禮盒裝、12 瓶 / 箱)



Zestea 康普茶自釀組



Zestea 康普茶手工冰淇淋



自信生活的啟動者

- 11** 永續城市 致力推動友善農業成為台灣永續食農品牌
- 12** 責任消費與生產 讓消費者購買到安心可溯源的農產，成為農業轉型的參與者
- 15** 陸地生態 支持農業友善耕作轉型促進環境永續



三小市集

三小文創有限公司
李宜倩 | 負責人
0922-297-926
service@tri-small.com



全球社會創新

全球社會創新股份有限公司
莊梅貞 Wing | 營運長
0937-516-566
winifred1210@gmail.com



用科技力量解決社會問題 用草根力量實踐社會創新

- 1** 消除貧窮 累計發出 16 萬箱平安箱急難物資幫助全台灣逾 2.8 萬戶的邊緣家庭
- 12** 責任消費與生產 2022 年減少食物浪費共 3,770 公斤並賦能庇護工場達 6,414 小時
- 17** 全球夥伴 獲得 600 多家企業支持實現社會創新與善意循環



三小市集是「小人物、小土地、小滿足」的健康食材、永續送禮專門店，透過長期深耕雲林，不間斷分享好食好農，佐以各種食農活動串聯生產者與消費者，致力於從雲林大產地出發，打造在地食農社群交流平臺。

累計至今，合作生產者有 30% 是青農，員工也聘請在地回鄉年輕人，而農夫市集與社群互動參與人次超過 10 萬人。並透過舉辦產地體驗、發行「雲林食通信」等，讓農夫與消費者有更直接的互動。

三小市集的企業服務包括：強化產地信任關係的食農體驗活動；客製伴手禮，開發擁有獨特故事性的在地禮物；還有透過企業認購好田、支持生產者友善耕作的「好田計畫」，整個耕種與加工過程，都能搭配 CSR 行動專屬網頁與 QR code，讓收禮者一目瞭然企業的社會影響力！

「毛孩優鮮」首創寵物永續零食，利用冷凍真空乾燥技術，讓尚在保鮮期限內的超市肉品免於浪費，製成保有高度營養價值的寵物零食，更與庇護工場合作處理品管及出貨，創造出促進弱勢就業、提升流浪動物福利及地球減碳的多贏成果。

「毛孩鑽石計畫」榮獲國際 GDA 獎項；ESG 行動獎；第一屆臺灣尤努斯社會創新獎最高榮譽：評審團特別獎。

並將提撥盈餘的 75% 支持短中長期三項動物保護及校園生命教育計畫。全球社會創新股份有限公司堅持「用科技的力量解決社會問題、用草根的力量實踐社會創新」。

自 2014 年開始推動「村里平安箱」，與企業合作愛心物資，幫助未達中低收入戶補助標準、但生活相當困苦的邊緣戶家庭。另有「行動村里公益平台」涵蓋全臺灣 3,899 個村里，是臺灣最大的數位化智慧公益平台。



永續禮盒客製服務



企業好田計畫



全球首創寵物永續零食



村里平安箱



村里平安箱客製化方案



新鮮、安全、永續

2 消除飢餓 2021 年與食物銀行合作提供疫情下的弱勢家庭暖心食袋

12 責任消費與生產 與王道銀行合作綠色消費力專案 鼓勵卡友消費綠色商品

13 氣候行動 針對養殖漁業投入聯合研究，建立專業團隊及 ESG 養殖示範區



OKO
by
G O D S okogreen SELECT

喝一杯公平貿易咖啡
讓剝削遠離、幸福靠近

1 消除貧窮 減少交易環節，縮短供應鏈 給予農民合理報酬

10 減少不平等 透過長期合作使組織逐漸成長 農民進而獨立自主不需依賴援助

12 責任消費與生產 致力投入使生產者被妥善照顧 提供消費者品質優異與安心的食品

台灣好漁

康福得寶國際健康事業股份有限公司
陳敬恆 | 創辦人
0918-416-570
michael_chen@asher.com.tw



生態綠

生態綠股份有限公司
許曉暉 | 商務開發專員
0976-484-563
jay.hsu@okogreen.com.tw



臺灣好漁，從一條魚開始，改變臺灣的水資源未來。農漁業仰賴大量的供水，在中南部地區的枯水期，養殖漁業往往只能大量抽用地下水，引起地層下陷。臺灣是一個海島國家，在極端氣候下，加劇了西海岸缺水、淹水的惡性循環，更要面對海平面上升的危機。

為了改善養殖漁業的健康未來，臺灣好漁積極推廣「無毒生態養殖」，兼顧不超抽地下水、不投放藥物、養出對消費者健康無毒的好魚。自然生態養殖擴展了魚隻的生長環境，使水質穩定、魚也不容易生病；並且利用物種之間相生相剋的特性，來維持養殖池的生態平衡與穩定。

降低了整體病蟲害的危險，自然能減低對傳統抗生素、甲醛或其他藥物的依賴。此外，透過雨水收集、舊水循環、以及善用下雨即可回補的伏流水，都能避免超抽地下水，保護國土健康，讓臺灣農漁業更加永續。

生態綠是臺灣第一家取得「國際公平貿易認證」的企業，以推動公平貿易與倫理消費、促進全球經濟、文化、社會、環境永續循環為使命。透過減少交易環節，縮短供應鏈，給予農民合理報酬，確保環境不受破壞。

生態綠走訪世界各地，以夥伴關係扶持生產者與農民提高產品品質，改善生產條件。生態綠支持公平貿易認證的農民合作社，支付固定比例營收成立「社區發展金」，作為發展與培力的工具。

社區發展金讓生產者組織得以自我投資，逐漸成長、獨立自主，而不需依賴援助，獲得尊嚴與脫離貧窮。合作夥伴遍及世界各地，包括從印尼、巴勒斯坦、到衣索比亞、秘魯，影響所及達到 35 個生產者組織。

生態綠認為，真正安心的食物，要從源頭開始管理，唯有生產者被妥善照顧，才有可能提供消費者品質優異與安心的食品。



黃金鱸魚高湯



虱目魚豬肉手工水餃



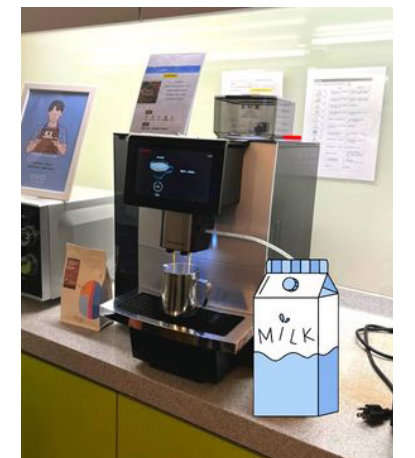
鮮蝦豬肉手工餛飩



單品即沖咖啡禮盒 (可客製)



公平貿易咖啡 | 茶水間





有能量的食物來自心中有太陽的人

- 2** 消除飢餓 施行自然友善耕作，促進永續農業參與生態廚師行動及綠色飲食供應
- 4** 教育品質 推動食農課程活動達 950 場次統計超過 12000 人次全齡參與
- 17** 全球夥伴 建立地方創生青年培力工作站凝聚地方意識夥伴以及經驗交流



田野勤學

又禎有限公司
 蔡慧璇 | 行政部經理
 0919-810-905
 purefarmSPACE@gmail.com



「田野勤學」農創團隊致力實踐綠色糧食、自然農業、健康大地的價值行動，持續以「農業」、「飲食」、「教育」3 個趨勢方向，建構推動食農生態圈，包括國產大豆友善耕作、大豆經典飲食工藝文化、食農與永續發展教育、社群跨域創意合作行動等 4 大軸線行動，突破並創新實踐。

「田野勤學」自 2015 年創立以來，以國產大豆為主要栽培作物，推動實行自然友善耕作，生產提供自然純淨的雜糧穀物及其加工製品，建構友善的大豆飲食供應地圖。我們正逐步改變中台灣聚落大豆飲食的軌跡，合作串聯彰化農青創聚落，打造家鄉的飲食新地標，承諾找回台灣島失落的大豆歲月。

同時透過投入對大眾農食育的整合議題，提供自然友善農耕、經典工藝飲食、永續生活體驗之活動籌畫實行，帶領民眾認識真食物的美好，珍惜生活裡人事物的可貴價值，達成更全面完善的綠色糧食供應服務。



島嶼穀物 12 風味飲品_企業茶水間方案



田野鄉村茶食禮盒_團體禮贈品



田野永續食農營隊活動



禾乃川國產豆製所

純濃黃豆乳
 陳俊儒 | 業務
 0909-081-766
 junru@thecan.com.tw



喝一口，讓土地和生命共好的豆漿！

- 3** 健康與福祉 確保及促進各年齡層健康生活與福祉
- 11** 永續城市 建構具包容、安全、韌性及永續特質的城市與鄉村
- 13** 氣候行動 完備減緩調適行動，以因應氣候變遷及其影響

臺灣豆製品因為國產豆的產量少且人力成本高，大多選用進口大豆製作，國產種植的新鮮大豆只佔了市場的 0.01%。禾乃川決定從臺灣人飲食文化中最重要的「豆」製品出發，以純天然且不添加化學添加物，尋找臺灣最新鮮的 100% 在地小農栽種，透明可溯源的原料做出可以讓大家安心食用且健康養生的大豆製品，創造臺灣大豆糧食自給需求，並用通路提升消費者食用國產雜糧比例。

如今已開發出豆漿、豆腐、豆干、豆皮、味噌、豆渣餅、豆奶酪、豆花、豆漿優格等多樣化產品，並陸續聘用社區二度就業家長及輔導許多中輟、低學習成就青少年就業，同時將部分比例盈餘投入弱勢兒少課後輔導用途，協助解決弱勢兒少的學習與生活困境，透過職能發展改變家長和孩子的生命。禾乃川更榮獲 2021 A.A Clean Label 無添加三星驗證，製作過程絕無添加防腐劑、增稠劑和消泡劑，給消費者最安心的高品質。



米麴甘酒



純濃黃豆乳



釀造，從栽種開始

12 責任消費與生產 透過契作確保合作農民收入
農民該項收入至少高於平均 20%

13 氣候行動 調整在地單一種植的原本生產模式
提高生態多樣性，降低環境風險

15 陸地生態 降低 20-40% 的產品國際運輸
透過在地原料使用減少碳排放



禾餘麥酒

禾餘麥酒股份有限公司
陳昱廷 | 共同創辦人
0920-719-889
kaichen@alechemist.com.tw



禾餘麥酒協助復育本土的小麥、大麥、蕎麥、玉米等雜糧作物，嘗試打破啤酒類型的框架，創造臺式精釀啤酒的理想型。成立於 2015 年的禾餘麥酒，藉由契作種植高品質的本土雜糧作物，栽種下本來屬於臺灣品種的大麥、玉米等。配合研發天然無污染的催芽方式，產出完全使用本土雜糧的啤酒，打造真正屬於臺灣的風土之味。

透過銷售再回頭串連農業的生產，讓臺灣過往無法成為產業的雜糧農產品生產，得以成為前後互相循環的產業，拉動臺灣本土農業的生產。同時藉由加工過程中，創造更多高附加產品之加工產品，例如烈酒、洗沐產品、香氛精油等。

此外，透過與農民簽訂合約，以環境友善之生產模式生產，也可以大量降低臺灣本土農肥料之使用。預計可以透過減少進口生產原料，降低食物足跡與碳排放，消費者選擇的不僅是一瓶啤酒，也讓在地農業體質更健康。



未滿 18 歲禁止飲酒、禁止酒駕

禾餘麥酒啤酒產品客製化合作



未滿 18 歲禁止飲酒、禁止酒駕

在地風味禮盒組

好食機

好食機農食整合有限公司
曾詮祐 | 技師
0920-206-612
8cyo@howsfood.com

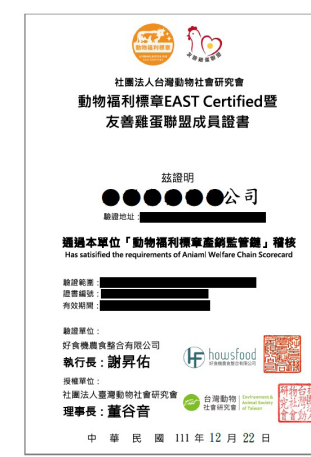


好食機致力於重建合乎社會正義的「農食整合」模式，創造「食農職人製造所」平台，以輔導管理系統化模式，為食品安全把關。在此系統下完成之產品，消費者可於網路上尋找透明資訊安心食用，長期穩定的夥伴已有：看天田烘焙坊、祥美餅舖、大樹下健康餐飲、藏山椿工坊；同時建構「共生廚房」合作模式，共同製作出「共生蘿蔔糕」、「鐵觀音米製瑪德蓮」等產品，實體販售以市集、活動形式銷售，並有網路團購模式可供購買。

好食機也是臺灣第一家動物福利產銷監管鏈 (COC) 驗證稽核公司，讓「生產」與「消費」以更有社會責任的方式形成友善的循環。專注於協助社區小型生產者能力提升、建構小型生產者社會支持系統，並透過永續供應鏈的建構與管理能力，連接主流通路、並以合作經濟的方式建構產銷模式，不僅自己好，也帶動更多小型生產者共好，藉此以達到「生產—消費」之間友善、責任、互惠、公平的永續循環。



食農教育與社區文化深度走讀



企業永續產品供應鏈管理



社區食農永續產業培力商品



建構小型生產者社區經濟與 永續友善的生產消費循環

10 減少不平等 協助地方創生團隊發展偏鄉經濟
降低貧富差距

12 責任消費與生產 透過食農教育提升消費者意識
減少食物浪費與支持永續農業產品

13 氣候行動 透過農業生產者培力
提升淨零生產能力

讓咖啡循環世界美好
公益與 ESG 兼具的冠軍咖啡

- 1** 消除貧窮 生豆採用公平貿易 減少農民被剝削
- 2** 消除飢餓 農民有更好的收入，使用到潔淨水的同時能有更充足的食物
- 6** 淨水與衛生 獲利 50% 資助非洲水資源計畫



用一杯香濃黑豆飲
支持農人守護 300 公頃土地

- 2** 消除飢餓 透過青銀共農模式以及農友契作 協助改善農村老化及農田廢耕問題
- 12** 責任消費與生產 協助申請產銷履歷與友善認證 統一管理品質，生產無農殘農產品
- 15** 陸地生態 以天然無毒、友善耕作的方式 讓大自然的土壤能夠永續

成真社會企業

成真社會企業有限公司
關佳柔 | 行銷部襄理
0912-537-533
carrie199198@gmail.com



幸福千千歲

幸福良食有限公司
吳詩涵 | 執行長
0988-678-452
happyfoodx1000@gmail.com



一杯咖啡的背後，是成真社企想要幫助非洲當地改善生活的心，透過「直接貿易」的方式，直接向咖啡豆產區的小農購買咖啡豆，讓其能有更好的收入，免於經銷商的抽成，再將販賣咖啡的獲利 50% 捐助給「非洲潔淨水計畫」，除了在非洲開鑿井口，成真也倡導正確的衛生觀念，不僅讓兒童和家庭擁有乾淨的水，也協助改善當地衛生環境。

透過臺灣世界展望會協助，2017 年至今已鑿成 18 口井。成真社企是臺灣第一間通過 B 型企業認證的咖啡公司，2022 年益予成真益生菌濾掛咖啡，榮獲 ITQI 1 星（莓麗時光中淺焙）及 ITQI 2 星（帕雷斯中焙）。

2022 年亦獲 WEC 世界盃沖煮大賽臺灣選拔賽冠軍。運用成真社會企業的咖啡冠軍師資，協助相關選手的培訓與養成，期許為臺灣培養更多的世界咖啡生力軍。

《幸福千千歲》是台南學甲返鄉青農「幸福良食」團隊的自營品牌，透過培力在地青農與平均超過 70 歲農友組成的「千歲團」，結合科技導入永續農耕技術管理 300 公頃田區，達成青銀共農的生產模式。

面對台灣農村人口老化快速且農田廢耕問題，幸福良食承租土地自耕及契作種植黑豆、玉米、小麥等雜糧作物，再藉由共同販售與食農教育推廣透明化溯源產品，建立農友支持農友的社群，達到土地有效運用、老農安心養老、協助青年地方創生與消費者食的安心四贏結果，陸續獲得王品集團石二鍋、中華開發金控等大型企業的青睞，也屢屢獲獎。

《幸福千千歲》是一個守護土地、傳遞幸福的青銀共農職人品牌。

每一顆收成的黑豆，皆包含了我們對品質的堅持與對人文、土地的關懷，願人與土地幸福千歲、千歲、千千歲。



成真咖啡 x 六月初一聯名蛋捲禮盒



嚴選世界綜合掛耳包



黑豆茶食產品與禮盒



企業 ESG 認養田與員工活動

關於土地，關於小農
關於那些應當做的

- 2**  消除飢餓 以農伴機制和農民討論收購價格 確保糧食安全與永續農業
- 12**  責任消費與生產 HACCP 與 ISO22000 食品工廠 以高品質服務建立信任消費關係
- 13**  氣候行動 成為產地端與市場端的中間媒介 縮短供應鏈，減少碳排放



日裏文創事業有限公司
陳子芸 | 品牌執行
0926-805-186
rililife.studio@gmail.com



果嶼

「今天開始不說次級品，就叫做歪果吧！」

「以農為根，以果為本」是果嶼的初衷與核心理念。

在看見小農每次採收約有 30% 的果物因外表不符合市場審美標準，不被中盤商所收購，而丟棄在田園任其腐爛的景象後，果嶼決心與小農進行合作，以「農伴機制」價格收購賣相不佳的「歪果」作為產品原料，讓這些歪果擁有重新進入市場的機會。

本來只能由農家自食或做為肥料的歪果，和一般水果的甜度和果肉肉質其實沒太大差異，但體積過大或過小，放不進禮盒，長的歪了，生產多了，最後就不被愛了。透過製成果乾與果醬等加工品並加以設計包裝，果嶼讓這些「長的不正的水果」也能進入市場，使其重獲新生和價值，讓農民辛勤的成果、變作餐桌上的美味。並透過與產地合作，分享小農產物與土地故事，讓消費者了解農民在產地背後的故事與心血。



島嶼果風糖磚



CSR 企業禮盒規劃



暖心紅酒香料包



花蓮 淺草堂

淺草堂
曾吉生 | 負責人
0933-006-330
wwwsamkimo@gmail.com



給您的不只是商品
而是一份貨真價實的健康

- 1**  消除貧窮 為地方 100 多位農民 增加 30% 以上收入
- 2**  消除飢餓 製作提供更多就業機會協助小農增加 3 噸產量
- 11**  永續城市 農地逐年增加至目前 84 公頃 帶動農業發展及減碳

花蓮淺草堂要從一片荒蕪的一分旱地說起，土地上就僅只有淺淺的幾撮雜草開始，這映入眼簾的第一印象，也就是取名「淺草堂」的由來。淺草堂有機農場，位於花蓮壽豐東華有機專區內，全區採零農藥噴灑，山苦瓜商品品質受各界專家肯定，連續 4 年獲獎項肯定認證。花蓮第一家有機認證的加工場，淺草堂採用花蓮正宗綠皮山苦瓜，淺草堂提供合法、安全、在地完整六級農場，將本來容易受到排斥的苦味和口感，開發成為風味與健康兼具的有機山苦瓜茶包，每個茶包都採三角立體茶包將味道完整釋放，並且加入氮氣充填，加強延長原料保鮮度。

淺草堂同時開發有機山苦瓜片、有機山苦瓜飲料、山苦瓜膠囊等多樣化的加工產品，不斷擴大與地方農友合作、降低農友行銷負擔，協助打開農產品更廣大的市場，讓平凡的山苦瓜，變的不平凡。

在有機耕作之外，淺草堂亦提供給在地農友 PLA 包材、大豆油墨印刷、PEFC 紙張、並獲得相關 HACCP.ISO22000. 清真認證。擴大休耕種植以及導入碳足跡計算機制，守護地球永續。



有機山苦瓜茶包





扶植小農，用好菌，養好雞

- 2** 消除抗藥性 以微生物生態養殖技術系統 (PB+) 生產高 CP 值安心優質機能蛋品
- 5** 性別平等 提供就業機會支持中高齡、二度就業婦女
- 12** 責任消費與生產 目標輔導百位青農返鄉，達成地方創生，發展永續農業



寶奇生技股份有限公司
李金燕 | 執行副總
0800-090-300
biokeyservice@gmail.com



咱兜ㄟ 養雞場

叭利叭利台灣冰淇淋

昕樸永續股份有限公司
吳書瑀 | 執行長
0952-867-828
miky@eco1982.com



認識台灣飲食文化和生態環境 讓你和地球一起變健康

- 3** 健康與福祉 透過食物科學以及台灣食材取代添加物製作健康美味的冰淇淋
- 12** 責任消費與生產 與友善環境之農夫、組織合作 減少農藥增進生物多樣性
- 15** 陸地生態 與台灣第一個環境信託森林合作 設計客製化冰淇淋

臺灣蛋農多數為不具有通路自銷能力，往往收購價格都必須依賴蛋商，對於收入較無保障。

寶奇生技善用微生物技術與小農合作，找出藍海市場生產「機能蛋」，以差異化原料生產差異化產品，提供蛋農的合作新選擇。面對「全球養殖濫用抗生素與藥物」重大議題，寶奇生技以微生物替代抗生素，結合營養素添加，創造「微生物生態養殖技術系統」(PB+)。以天然無毒的方式生產養殖，微生物發酵處理雞糞做有機肥，無污染無廢棄再生循環經濟農業，友善大地。

寶奇生技以永續農業之理念出發，透過「企業雞蛋管家」訂製制服務，直接創造青農 / 小農返鄉及都會就業機會，間接影響企業進行減碳投資，參與種樹 / 碳中和、環保 / 非耗能植物工廠。並號召合作夥伴，成立「蛋白質聯盟」，提撥淨利 1% 經費來種樹，累積碳匯儲備，推動淨零目標。

食物科學研究顯示，臺灣市售的冰淇淋中有 9 成 9 都有高糖高油與食品添加物。透過食物科技的工藝技術，「叭利叭利手工冰淇淋」帶領消費者透過冰淇淋進入永續生活。

叭利叭利手工冰淇淋不只減少 30%-50% 的糖、降低 40%-50% 油脂含量、不含任何食品添加物（鹿角菜膠、三仙膠、卡拉膠、阿拉伯膠、乳化劑、安定劑、甜味劑、香料、色素等），更投入臺灣食材的口味研發。2018 年起與環境資訊協會合作，將臺灣第一個環境信託的低海拔森林旁的作物「海梨柑」，設計成鹿寮海梨柑啤酒口味冰淇淋，銷售所得的 25% 回到保護森林的計劃中。在此合作模式中，海梨柑的農作物收入能達到 3 倍以上、計劃人員更可以不必擔心銷售問題，專心地執行計劃與踏查森林的田野記錄。

2022 年啟動「iTaiwan & Eco Friendly Ice Cream Project」，設計 100 個台灣冰淇淋口味，邀請各地方創生團隊、企業、非營利組織等一起攜手合作，帶大眾認識台灣多元民族的飲食文化、生態環境與生物多樣性。



金盞花飼養機能蛋



金 Q 雞皮蛋



手作金鑽蛋捲



與企業合作設計倡議的冰淇淋口味



與有機小農合作開發設計無添加米霜淇淋



與地方創生團隊合作開發地方特色雪糕

百年員林仙草，安心仙草的唯一

- 8** 就業與經濟成長 自 2017 年起與銅鑼農友契作以優於市價收購仙草乾
- 11** 永續城市 以輪作、間作綠肥、休耕土壤管理維護並增進地力，保護水土資源
- 12** 責任消費與生產 包裝採用可回收再製的馬口鐵罐，仙草渣做為田裡堆肥，減少廢棄



有好內涵，就有好出路！

- 2** 消除飢餓 每年處理 13 公噸以上格物品減少食物浪費
- 11** 永續城市 與 7 位農友、合作社合作，提高其收益 20% 以上
- 12** 責任消費與生產 分享 270 場以上的食農講座翻轉消費者習慣

員林食品有限公司 (百年仙草)

員林食品有限公司
顏秀真 | 業務主管
0963-835-969
tiffany@yuanlin-1900.com



格外農品

格外農品股份有限公司
簡子祥 | 專案經理
0906-339-762
jz@goodwillfoods.com



民國 50-60 年代，食品安全概念仍不普及，在地種植仙草近百年的員林張家，卻在當年由本來市集販售、率先走向專業的食品加工廠模式，成為仙草原料供應的第一把交椅，也開啟了「員林食品」的招牌。

城鄉發展快速的今日，許多鄉村人口外移，農地已漸荒廢。仙草讓員林食品在此世代傳承、安居樂業，本著取之於土地，回饋於土地的觀念，在 2017 年開始與銅鑼農友透過契作的方式，以高於一般市價約 5 成收購仙草乾，增加農民收入。

透過品牌經營的力量，「百年仙草」品牌從 2022 年協助農民轉型有機耕作、進行有機驗證。採取輪作、間作綠肥、休耕等土壤管理措施，維護並增進地力，保護生態環境與生物多樣性。員林食品包裝更採用可回收再製的馬口鐵罐，熬煮後的仙草渣則運送至田裡堆肥，大幅減少農業廢棄物，達成責任消費與生產。

讓每一口傳承百年的滋味，都有更多美好的期待。

格外農品結合中文與日文「格外」的意思，為產地品質無虞的「格外品」，創造更高的附加價值，支持友善耕作農民、提供消費者更好的選擇。「格外品」不一樣的外觀，一樣好吃，卻不受市場青睞。然而農民若採用友善、無毒農法，農產格外品可能高達 30%，導致農民的收益受損、與辛苦的產出不成正比，影響農民投入友善耕作的意願。而格外品處理成本高，也讓一般加工業者更偏好進口原料。

加上消費者對格外品的認識不足，更難促進加工業者的支持。格外農品看見其中的困境，積極投入格外品的加工製作、推廣食農教育、並串聯企業 ESG 專案，不只穩定農友收益，更減少食物浪費，達到環境永續。

格外農品為「王品集團」指定供應商之一、「臺灣主婦聯盟生活消費合作社」供應商，為橫跨第一級產業到第三級產業的整合農產加工與零售業者，與土地、農民、消費者共生共好。



仙草甘茶禮盒



仙草涼露禮盒



台灣真水果氣泡麥汁



豐作雙果茶醬禮盒



8 就業與經濟成長
以在地食材開發高附加價值商品，支持馬祖小農小漁推動永續農業

12 責任消費與生產
提供大眾品質優良健康之商品，讓大眾透過消費的選擇影響社會



帶領身障朋友以實力
翻轉障礙人生的安心廚房

2 消除飢餓
產製天然健康餐點全年逾 3.5 萬份
並製作幸福餐盒響應零飢餓計畫

8 就業與經濟成長
全程使用可溯源之履歷天然食材
並用環保包材實踐有責生產

12 責任消費與生產
為身障者創造 17 個穩定工作機會，
協助弱勢家庭自立自足

馬祖納禮

尼晞策略有限公司
陳穎 | 商品經理
0983-140-310
admin@efun.tw



勝利廚房

財團法人台北勝利附設勝利廚房
張湘蓉 | 經理
0936-257-019
rara@victory.org.tw



馬祖地區居民主要從事一級產業，其中漁、農更是大宗，其次為具附加價值的釀酒工業與觀光產業。

然而面對在地人口的外移、產品運送至臺灣本島的高昂人力與運輸成本，馬祖的特色產品始終無法在消費市場脫穎而出。

尼晞策略以開發臺灣在地特色產品經驗為基礎，支持馬祖小漁、小農，以收購、加工等方式，為在地初級產業創造高附加價值產品，同時建立品牌「馬祖納禮」，以達到永續經營之效果，如：馬祖黑金剛淡菜，除不投餌、不投藥外，更只在每年 7 至 11 月進行採集並收購，一方面協助漁民取得穩定收入，保障工作權，另一方面達到海洋友善；亦持續支持在地小農發展無毒永續農業，並結合在地農產推出特色產品，如：馬祖益生菌酸白菜、馬祖老酒麵線等，為小農解決農產過剩且保障其穩定收入，同時提升在地品牌觀光形象。

全台有近 120 萬人領有身心障礙手冊，勞動參與力低於 2 成，平均待業時間更超過 7 年；勝利廚房為身心障礙者創造穩定的就業環境，並培養符合市場需求的工作技能，以混合障別團隊合作的職場運作，建立可長可久的營運模式。

勝利廚房是全國第一家以高規中央廚房提供身障者友善就業的社會創新企業，團隊透過 SOP 工序裂解及大量實作，培養出穩定的料理職人，帶領身障者走一條「不賣公益賣實力」的社會創新道路。並搭配微型貸款，配套完整的商業模式的輸出，讓弱勢者能夠藉由訓練、實習進而小型創業，增加創業成功機會。

秉持「食安的關鍵在人心」和「做給家人吃」的精神，透過履歷食材有效溯源，提供消費者健康美味的安心好食，「每一道料理，都來自新鮮天然；每一分收益，都投入弱勢茁壯，良善共好。」



馬祖老酒麵線



馬祖納禮嚴選禮盒系列



馬祖高粱酒豆腐乳



鮮檸檬蛋糕



大吉禮



辛甘香辣醬



源天然 攜手守護你我的一片田

- 1** **消除貧窮** 提供 2 名兼職做為弱勢族群安全傘 協助環境風險下農民收入增加 10%
- 3** **健康與福祉** 2022 年推出 1 樣機能產品，舉辦 3 場健康飲食推廣與食農教育
- 15** **陸地生態** 增加轉作有機或自然農法 7 公頃 產區復育保育類動物 4 種



流域收復，邀您品嚐土地的原汁原味！

- 8** **就業與經濟成長** 與農家共同討論收購價格，以合理價格承諾收購
- 12** **責任消費與生產** 新紙材包裝使用 FSC™ 認證紙品
- 15** **陸地生態** 透過流域收復策略使更多農家不再噴灑農藥

源天然

源天然股份有限公司
范逸嫻 | 副總
0918-036-912
ashley@orice.cc



臺灣藍鵲茶／石虎米

八百金股份有限公司
聯繫窗口
02-2932-3678
service@bluemagpietea.com



源天然位於台東的稻米社企，獨家培育「黑纖米®」品種，因為優異的營養要素與品質，榮獲國內外多項大獎。產區以池上為主要據點，擴展到關山、鹿野、台東市、東河、成功、長濱等地區，帶領契作農民轉做友善有機，在台東擴大有機契作範圍為目標邁進。為偏鄉帶來新活水、也讓最基層的農民為自己產出的農產感到驕傲。

創辦人夫妻返鄉耕作以來，通過審認的友善契作耕地面積約 20 甲，已陸續復育四種保育類動物，包括大冠鷲、穿山甲、山羌與金線蛙。透過契作面積的擴大與棲地營造，將能對池上的生態有更大的貢獻。

源天然為臺灣唯一獲國際三面金牌的優質稻米品牌（iTQi 2017, Monde Selection 2018, iTQi 2020），自有碾米工廠通過 ISO22000、HACCP、慈心有機加工廠及雙潔淨標章驗證，並持續開發多種以池上稻米為原料的產品，讓更多人能品味池上。

雪隧開通後，坪林的「奉茶經濟」逐漸衰退，在坪林以茶為生的居民為了生計，必須開拓更多的茶園，但因為人口外移及老化，種植時必須使用更多農藥來種植。茶農在資本市場的規範下，讓出土地給大自然，八百金股份有限公司因而成立，以「流域收復」的概念為策略，推動「無農藥生態村」友善環境農業。

農家因參與「流域收復」契作，透過環境友善耕作成為環境的守護者，達成生物與農學共存之里山生態，集中式契作、友善/有機方式栽培的農產品，以全坪林產出、環境友善耕種為核心，產出名為「臺灣藍鵲茶」的茶品。

繼臺灣藍鵲茶的經驗後，八百金用同樣模式，以石虎棲地的擴張為核心，與當地組織、農家合作，不施農藥與化肥、友善石虎的農作方式產出農產品。並希望推動生態與農學共存，將石虎保育的觀念融入社區、活化社區，讓社區生態與經濟找到平衡點。引領兼顧生態與農業的品牌，提升消費者認同與創造土地價值，是臺灣藍鵲茶/石虎米持續努力的方向。



源天然黑纖熟飯



源天然米金禮盒



源天然黑纖粥系列



石虎米米香禮盒 (綜合)



島嶼風味甘酒釀禮盒



雙入茶葉禮盒

健康需要與大地同步
唯有行動才能落實美好

- 3** 健康與福祉 滋養土地，減少使用人工化學物質
種植無農藥、無化肥的健康蔬果
- 13** 氣候行動 獲得 Iso14064-1 碳盤查認證
成為台灣第一個碳中和農場
- 17** 全球夥伴 與菲律賓社區扶助組織協議合作
共同翻轉菲律賓貧窮問題



蓋婭永續

蓋婭永續行動股份有限公司
林盈 | 永續長
0919-216-993
vanessa@agrigaia.tw



低硝酸鹽殘留是歐美關注已久，但臺灣除了主婦聯盟，關心人數尚少的議題。

台灣蓋婭以土地與作物為出發點，提倡消費者購買在地產品，提供低硝酸鹽殘留之健康蔬果食材，遠低於歐盟規定的容許值。為了能讓營養補給隨身攜帶、不開伙的人也能方便補充，蓋婭也提供了隨身型營養補充品，並且選擇好吸收的「酵素」類型。運用中草藥種植的技術力，與相關產學研製單位合作，將全株植物萃取有效部分，做產品開發使用。蓋婭農場的丹參，經過農科院檢驗，指標成分丹參酚酸 B 含量是藥點要求的三倍高，全株利用的模式也大大減低農廢品，回應循環經濟理念。除產品外亦可提供 ESG 永續農業產品方案、體驗教育活動等。

運用善待大地之母的仿生專利農法，以「自然」為本、「無毒安全」為最高原則，台灣蓋婭整合台灣相關優勢產業鍊，希望在深耕土地的同時達到土壤永續、產業供應鏈永續和消費者健康永續的三個永續目標。



H.E.A.L 五感療癒體驗



永續零碳農場 ESG 活動



好氣色活顏酵素飲



德朱利斯

德朱利斯國際食品有限公司
謝雅雯 | 行銷總監
0937-326-209
rainy068438@gmail.com



德朱利斯，音譯自 DJULIS，為「臺灣紅藜」的排灣語發音。「紅藜」被稱為「穀類界紅寶石」，然而，一顆顆紅寶石若無人問問，也只能落地歸還給大自然。

為了讓更多台東農民願意栽種紅藜，德朱利斯串連在地小農，制訂了栽種的 SOP 積極推廣「友善生態種植紅藜」，並且與農友契作，確保品質與小農利益。在經過長時間醞釀研發後，終於成功推出首創的紅藜伴手禮，包括紅藜穀物棒、紅藜洛神酥、核桃糕、旺來糕、牛軋糖等等，從健康養生的角度出發，既美味又富有地方色彩，希望透過每一位品嚐到德朱利斯產品的朋友，不僅能感受到發源於台東部落的美食，也透過支持產品解決偏鄉的貧窮、改善農民產銷問題。

德朱利斯捧起紅藜，牽起台東農民的手，創造出全臺灣首創專屬於台東的紅藜特色伴手禮，最終目標期待能夠振興台東環境整體發展，使農業種植、環保、觀光、商業活動和諧共生，將在地化產品推向國際，讓「部落 - 社企」共好的模式在社會發光。



紅藜富貴禮盒



紅藜穀物棒



紅藜小米起司棒

閃耀的「紅藜紅寶石」
撐起台東偏鄉部落

- 1** 消除貧窮 產銷契作面積增加至 15 公頃
2022 年採購額提升小農收入 20%
- 8** 就業與經濟成長 提升契作面積，促進台東青農回鄉
2022 年創造 30 個穩定工作機會
- 12** 責任消費與生產 推廣「友善生態種植台東紅藜」
擴大通路合作，助產銷 30 公噸



透過療癒人心的甜點 提供身障者包容性職場

- 3** **健康與福祉** 使用天然、在地食材，無添加食用安心健康
- 8** **就業與經濟成長** 聘用 30 位身心障礙員工穩定就業薪資較前份工作增加 2-3 倍
- 10** **減少不平等** 參與多場企業活動，推廣樂芽理念減少身障者汙名化



樂芽永續股份有限公司
周有勝 | 負責人
02-2733-3996
tribake2017@gmail.com



樂芽 TriBake

TriBake 樂芽致力於透過療癒人心的甜點，提供友善身心障礙者的包容性職場，藉由優質的產品與服務，讓消費者真心喜歡而支持回購，打造永續消費的正向循環。

身心障礙者並不是沒有能力，只是有個體間的狀態差異，不應該因為差異而給予歧視、汙名化或不平等的工作選擇，有志者可以透過個別化的設計，提升工作能力並且創造價值，讓其具備魚竿，可以自給自足。

樂芽長期投入甜點的研發與行銷，目前已直接聘用 11 位身心障礙員工（目前主要為精神康復者），經過樂芽的烘焙培力系統，提升夥伴的工作職能、獲得成就感，發揮自己的天賦。成立以來，樂芽已舉辦超過 100 場的培力課程，陸續培力超過 300 位身心障礙朋友，期待打造具指標性的包容性就業示範職場。期待每一口的品嘗都是真心喜歡、認同而購買，創造永續消費的正向循環。



手作精緻禮盒 | 夏日南風



樂芽點心盒



手作餅乾禮盒 | 錦上添花



沙棘良善循環、友善環境 共創純粹健康生活

- 3** **健康與福祉** 沙棘富含營養，在醫學實證上對於人體有正向效益
- 8** **就業與經濟成長** 沙棘產業鏈提供更多就業機會穩定牧民經濟收入
- 15** **陸地生態** 一年進口約 2,000kg 的沙棘果油可推動蒙古種植逾四千棵沙棘果樹

優森泰 ALTAIS

認鵬實業股份有限公司
林芳筠 | 通路行銷企劃
0937-367-094
lindalin.y@gmail.com



根據專家指出，2018 年蒙古國土地面積 76.8% 已經沙漠化，其中 24% 屬嚴重沙漠化，每到冬春季節，草地缺少植被覆蓋，風一吹起就容易形成沙塵暴且會隨風跨越國境，半個地球都可能受到影響，讓沙漠化議題更該被大眾共同關心。

優森泰 ALTAIS 發現蒙古的沙漠瑰寶「沙棘」，樹根系發達，可減少土表流失 75%；且富含豐富營養成分，是同時具備保護環境及經濟效益的重要樹種。優森泰 ALTAIS 與生技公司合作，研發製造沙棘保健品、保養品。每年深入蒙古產地，考察沙棘種植環境，與農友、工廠，建構三方完整的公平交易制度，以規範沙棘品種、種植方式、產量及交貨期等，保障農友穩定收益、減少果實過剩問題。在彼此共同分擔產量與價格風險下，減少供需市場上的不確定性因素，進而使更多人投入沙棘產業、擴大種植面積、改善蒙古沙漠化問題，也為空氣品質議題盡一份心力。



沙棘優 A+



頂級沙棘植皂禮盒



沙漠奇蹟保養系列

為土地與你 萃一杯香醇

- 4** **教育品質** 提供青年獎學金，以及國中、小優質環境教育場域
- 8** **就業與經濟成長** 2022 年為地區創造 13 個就業機會採購小農咖啡，增加平均年收 15%
- 15** **陸地生態** 蒐集咖啡製程中的副產物積極減廢提供陸地動植物更友善的棲息地



打造消費者信任、農民驕傲
動物健康的新食農生態

- 2** **消除飢餓** 捐助 138 間育幼院、8 個偏鄉球隊共幫助 2,000 名孩童免於飢餓
- 3** **健康與福祉** 通過動物福利標章與生產履歷標章每年提供 10% 淨利盈餘回饋
- 12** **責任消費與生產** 以保價保量方式採購六家牧場鮮乳媒合獸醫實習生，讓產業正向循環

燦日大武山

有限責任屏東縣原住民泰武咖啡生產合作社
林凱琳 | 專案經理
0987-296-404
hjka963852@gmail.com



鮮乳坊

慕渴股份有限公司
張克維 | 通路經理
0922-315-121
BBB168@bettermilk.com.tw



2009 年莫拉克風災，中斷了泰武鄉正要起步的咖啡產業發展。風災過後族人們從原先在山上的部落搬遷到吾拉魯滋永久屋社區，許多年輕人也因為交通的便利性轉往都市區求職。

為了解決部落產業發展困境，部落族人合作創立有限責任屏東縣原住民泰武咖啡生產合作社。種植友善無毒自然生態林下咖啡，執行咖啡評鑑、咖啡產製銷課程及相關農產業行銷活動，積極提升產品競爭力。

2022 年合作社場業務考核評鑑甲等，並打造本社新品牌「燦日大武山」，協助 28 位小農銷售所種植生產之咖啡原物料。

本社深耕原鄉產業多年，擁有豐富的咖啡產業推動經驗，更了解原住民事務的需求及問題，擁有溝通、協調、整合在地資源與意見的能力。持續朝向促進農業永續發展、照顧各年齡層族人福祉、提供族人學習咖啡產業及增加就業機會、保護原鄉土地生態環境及文化教育發展。

鮮乳坊致力於翻轉酪農產業，建立消費者信任、農民驕傲、動物健康的新食農生態。

是臺灣第一個獲得 B 型企業的乳品品牌，亦獲英國 SROI 的社會投資報酬率認證肯定，「每投入一元，對社會產生 4.5 元的影響力。」鮮乳坊以高於市場的乳價與酪農合作，並且提供專業牧場生產管理團隊，把關動物健康、鮮乳品質與牧場管理。

2022 年，是非常不容易的一年。疫情與俄烏戰爭影響，讓牛隻源頭的飼料價格漲幅超過 10%，許多酪農已經默默自行吸收這樣的漲幅超過 10 年。鮮乳坊主動回溯價格補貼，率先提高收購生乳價格，以高於市場 12% 的收購乳價機制，鼓勵品質好的酪農持續耕耘、進步。

同時致力於培育大動物獸醫師，媒合約 96 位獸醫或相關科系學生至牧場實習，並提供實習津貼，落實產業專業人才培訓，積極將原本的社會企業思維，加乘企業社會責任 (CSR) 的思維，對接聯合國的 SDGs 指標，與消費者一同守護台灣在地乳品產業。



燦日大武山濾掛式咖啡



鮮乳饅頭



生乳優格



巧克力調味乳



**BUYING
POWER**



**SOCIAL
INNOVATION
PRODUCTS AND
SERVICES
PROCUREMENT**



Clothing

迷時尚

TYPE. 穿出自信新風格



-CILU



CCILU

低碳生活、永續環保、22 歲的善良與初心

馳綠 Ccilu 品牌旗下的創新實驗室「22 製夢所 (Lab-22)」，背後擁有堅強的研發製造經驗，也是讓團隊實踐「低碳生活、永續環保、22 歲的善良與初心」夢想的搖籃。

秉持「輕量柔軟、裸足舒適、環保永續」三大設計原則，曾推出以咖啡渣或寶特瓶打造的鞋款，還有台灣半導體產業廢棄矽晶圓打造的「矽晶彈力鞋」，以及 4 種材料 + 4 支寶特瓶打造的「BackToMarket 三菜一湯復古防水鞋」。目標在 2025 年達成全公司營運碳中和。

Ccilu 追求兼具循環技術，優異機能，以及社會公益的營運模式，從歐洲、北美到日本再回到台灣，全球都可以看到 Ccilu Lab-22 的暢銷鞋款；曾獲東京、德國、義大利、矽谷等超過二十多項國際獎項評選肯定。

8 就業與經濟成長
回收了近 600,000 個廢棄寶特瓶
培力約 45 位拾荒者的職能發展

12 責任消費與生產
兩年內共製作了 50,000 雙環保鞋
減少了約 75 萬 kg 溫室氣體排放

14 海洋生態
協助 70 場淨灘回收海廢寶特瓶
回收 560,000 個海廢寶特瓶



用廢棄物改寫時尚材料 用創新技術帶動社會創新

許多人都知道寶特瓶和咖啡渣可以做回收材料，但牡蠣殼？廢晶圓？也都可以做成鞋子？這是馳綠的國際級技術。然而這些材料在變成時尚美鞋之前，一點也不光鮮亮麗，「咖啡渣長得像爛泥巴，寶特瓶油膩膩，廢晶圓是黑黑的細砂。」在創新技術之前，得先有直面千萬噸人類業障的勇氣。

馳綠創辦人暨執行長許佳鳴說，廢棄物到處都有，但正是這個「到處」，讓回收廢料的過程非常艱辛。「台北市幾千家咖啡店，每家都有一點點咖啡渣，光是收回來很多人就做不到了。」回收處理、升級再造，接著還要和消費者解釋：「為什麼我要穿一雙，是垃圾做出來的東西？甚至，它可能還比較貴？」

馳綠 (CCILU) 旗下的「22 製夢所」專注於循環經濟，但馳綠認為環保是市場上的最後一個價值考量，設計感、功能性、品質安全檢驗，一項也不能落掉，而且只能做到世界頂標。「我們總不能跟大家說，對不起，因為我的鞋子很環保，所以比較醜、比較不好穿、又比較容易壞掉。這都不是理由。」

「22 製夢所」原意是「22 歲的善良與初心」，並用馳綠橫跨兩代的製鞋技術，帶大家走向低碳生活、永續環保。但也因為馳綠面向世界市場的經歷，更注重用經理人視角、經營社創必須的收入。如此一來，助人才有氣力，創新才能繼續。

有責私推：

防水靴？抗菌拖鞋？除臭咖啡襪？22 製夢所都能陪您的員工夥伴「走更遠」。此外，馳綠的技術研發精神，也可能和您的品牌價值不謀而合。和馳綠一起用循環經濟展開下一場社會創新，如虎添翼。



文字 / 陳好寧
攝影 / 謝葉霖

馳綠曾和「人生百味」合作，直接向弱勢拾荒者收購寶特瓶。以當年的市場回收價，拾荒者回收 13 支寶特瓶只能賺 1 元，馳綠則把這個價格提高三倍。推出環保鞋時，馳綠的角色是社創；收購寶特瓶時，馳綠則轉變成採購企業。馳綠怎麼看待這兩種不同角色的連結？

「每一家企業都可以是社創，每一家社創都該像企業一樣經營。」

把握企業經營方式，理想才能走得長長遠遠；那企業如何「可以是社創」？「如果企業只是捐贈，沒有和核心的營運結合在一起，社會影響力的發揮會顯得勉強。我一直認為，馳綠要用產業的技術創新，去帶動社會創新的可能性。」用技術力突破企業對於 ESG 方案的想像力，也是馳綠的競爭力。

把社會創新做到水乳交融的案例之一，是 22 製夢所與「成真咖啡」合作回收咖啡渣、製成「冠軍小啡鞋」。消費者只要穿上這雙帶有淡淡咖啡香的鞋子，走進成真咖啡任一門市，就能享用一杯免費的咖啡。使品牌消費者，對品牌的環保行動更有感。又或者是近年遍地開花的企業淨灘活動，「淨灘完，拍張照，就不知道垃圾去哪了？如果這些海廢被做成鞋子，員工收到時的參與感會非常不一樣。」

快時尚已在地球上橫行數十年，因為便宜，現代人深深習慣於購買遠超出自己需要量的衣服鞋包，而它們的汙染卻僅次於石油。對 22 製夢所來說，不必拋棄對衣服鞋子的感情，只要減少消耗、讓循環經濟走進鞋櫃裡。

馳綠國際股份有限公司
袁昕貝 | 新事業發展部資深經理
0984-197-219
pinkie.yuan@ccilu.com





FOR NEXT GENERATION

做每一個決定前都先想想
「將留給下一代怎樣的環境」

- 8** 就業與經濟成長 長期與在地代工媽媽配合提供穩定經濟來源
- 12** 責任消費與生產 產品為 100% 回收物再製並提供保固、維修服務
- 13** 氣候行動 使用回收物再製產品有效降低碳排放



Merry Young
快。樂。襪

穿好襪 做好事

- 3** 健康與福祉 2022 年協助心智障礙者共 96 次藝術治療畫班團體課程
- 8** 就業與經濟成長 2022 年提供工作機會與 29 位心智障礙者合作
- 12** 責任消費與生產 回收再利用 436,800 個保特瓶，創造 43 款具有社會影響力的產品

FNG 世代設計

世代設計股份有限公司
王詩媛 | 品牌企劃
0973-595-688
syuan_na@fngdesign.com.tw



Merry Young 快樂襪

財團法人瑪利亞社會福利基金會附設快樂襪子店
劉明婷 | 行銷經理
0932-545-864
m1906@maria.org.tw



FNG 是一個結合「永續環境」與「社會企業」的企業組織，以循環設計的能力解決廢棄物回收再利用問題，並透過對於製造與行銷的知識與經驗，致力於推廣促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式。

品牌具備強大設計能量，曾與公益團體合作執行「友善回收計畫」，以高於市場的價格直接向拾荒者購買寶特瓶，並與在地工廠及家庭代工媽媽合作。

使用的布料皆由回收寶特瓶抽紗製成，印刷圖樣採用熱昇華技術與環保油墨印製，大幅降低製程中消耗的資源與汙染，布料的單一材質則可直接進入回收模式，循環回收再製成下一個商品，更大程度的減輕塑膠垃圾帶給地球的負擔。

我們提供重視環保議題及資源循環再運用的諮詢與服務，協助公司企業規劃廢棄物去化處理並再製，達到企業碳平衡，並整合 FNG 現有資源，盡可能達到回收物再利用的最大化效益，用心實現資源循環與永續減碳。

瑪利亞基金會期藉由非營利組織朝邁向社會企業目標發展，建立自有品牌與銷售產品，提倡「穿好襪，做好事」，陪伴瑪利亞青年持續編織心中夢想、傳遞單純的快樂，透過創作為自己發聲；同時也為心智障礙者創造更多工作機會、提供言語之外的藝術治療畫班課程，成為真正落實以商業模式為手段，來解決社會問題的社會企業典範。

快樂襪從原料生產製造、包裝、運送到銷售，都致力做到可回收、低污染、省資源或減少碳排放等，為臺灣「2050 淨零轉型」而努力。

瑪利亞快樂襪開發「全球第一雙由心智障礙青年創作的寶特抗菌襪」，並在「瑪利 Young の快樂襪子店」提供參訪體驗課程，啟發消費者及學生對於包容理解接納心智障礙者及負責任消費行為的關注及實踐，透過永續資源的利用，號召相關業者一同參與，落實友善環境的「綠色消費」。



寶特野餐墊



寶特漁夫帽



FNG 寶特袋手提款



客製 ESG 永續影響力快樂襪禮盒



環境教育導覽體驗



Mijily

多一雙 Mijily
少一雙垃圾，多一個盆栽

- 8** 就業與經濟成長 穩定創造台灣傳產就業機會
內部員工從 5 人增加至 8 人
- 11** 永續城市 提供舊鞋回收的服務，減少都市環境的有害影響
- 12** 責任消費與生產 使用環保再生材料，舊鞋回收機制可再製成環保盆栽



Mijily

迪爾國際有限公司
孫相瑩 | 設計總監
0913-931-966
arianna@mijily.com



Mijily

Mijily 以永續出發，致力在臺灣完成設計生產製造，運用再生材料研發出可循環再製的環保鞋履，秉持「多一雙 Mijily、少一雙垃圾、多一個盆栽。」信念，不斷挑戰可「全回收」的循環鞋履。

熱愛旅行也熱愛環境的 Mijily，希望在衣著風格與穿著機能的需求中，導入「負責任的生產消費循環」思維。Mijily 循環鞋履的誕生，源自團隊期許透過自身所長的鞋品研發專業，為生活及環境創造良善的選擇及影響力。

全程從原料到生產 100% 臺灣設計製造，不僅使用大量再生材料，更注重售後的回收機制，提供全球首創舊鞋回收再製盆栽的售後服務，只要是 Mijily 生產的鞋履在未來穿舊需丟棄時，都能透過 Mijily 回收機制再製成盆栽，以新的生命和樣式持續地被使用。



Mijily AIR 大氣涼拖鞋



Mijily WATER 防水蛙特鞋



舊鞋回收再製盆栽服務



Story wear

THE STORY CONTINUES

時尚 X 永續 X 社企
實現零廢時裝產業的可能

- 8** 就業與經濟成長 2022 年創造 6 個穩定工作機會，在地協會商品製作人數達 65 人
- 12** 責任消費與生產 2022 年回收再製 8890 件牛仔褲以及 1947 碼庫存布料

Story Wear

七棵橡樹國際股份有限公司
Angela | 專案企劃
0912-468-828
angela@story-wear.com



臺灣平均每一分鐘丟掉 483 件衣服。一件牛仔褲，需要 1800 加侖的水來灌溉棉花田。時尚產業被稱為是繼石油之後，全世界第二大污染源。

Story Wear 以永續時尚為核心，走上時裝周，成為臺灣唯一不製造垃圾的時裝品牌。Story Wear 的原料 100% 來自回收與捐贈，以不製造垃圾為基礎，輔助再生設計。

此外，Story Wear 的生產線，集結許多臺灣在地二度就業及中高齡裁縫師，以一流手藝搭配升級設計，實現循環經濟與社會企業的「新世代臺灣精神」。

除了對一般消費者設計的時尚單品外，針對企業 Storywear 也以「企業循環經濟」精神，針對眾多企業的贈品、來店禮、聯名商品需求，提供「零廢棄」解決方案，讓製作贈品也成為友善地球的善循環。



拼字托特包



立體小包



方形包

看不見得廢棄，看得見的潮流

11 永續城市
促進台灣袋包生產聚落形塑地方特色

12 責任消費與生產
與近百個公司單位合作回收布料
回收布料量已達 2500 平方公尺

17 全球夥伴
與多個跨國企業合作，包含
IKEA，中華航空，中華奧會等



日常經典

日常經典有限公司
李俊頤 | 營運長
0916-096-107
casperl@planconsulting.net



包包市場具有廣大需求，卻多以一次性材料為主。另一方面，全台的文化活動衍生的輸出帆布，在過去十年內累積超過 357 座松山文創園區的面積，這驚人的產量在活動結束後若沒有立即回收，只有銷毀一途。

因此，日常經典發起了《REBIRTH 回收帆布再造計畫》，再生後的潮包除了時尚實用兼具外，專屬的出生證明能延續活動倡議。如今更往前推至先期活動企畫，向合作單位協調不須製作多餘的周邊商品。以雙向管理的方式，不製造過量活動宣傳物，且讓必須製造的輸出物都得以全數再生成被需要的設計品。

日常經典持續回收活動帆布、探索合作企業可回收再製的材料，期許自己成為「亞洲最大的永續設計材質發掘者」。結合結構性設計剪裁的專業優勢，把別人的問題變成自己在包包市場中的解方，為合作的公私組織打造最有感的 ESG 實踐方案。



REBIRTH 母子電腦包



REBIRTH 自行車包



舒適居

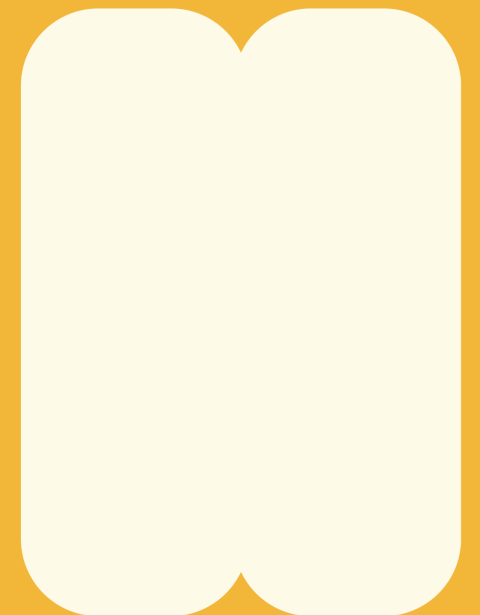
TYPE. 打理生活好品質



SOCIAL
INNOVATION
PRODUCTS AND
SERVICES
PROCUREMENT



Housing





Rewood 木酢達人

森林循環 湖口創生 善山盛用

從行道樹、校園修枝木、果樹修枝、風倒木、到枯危木等，林木剩餘在台灣長久以來絕大部分沒有進入林業加工，而是燃燒近 1000 萬公噸，產生大量的碳排放與 PM2.5。

木酢達人以「REWOOD」概念回收過去被定義為垃圾的林木剩餘，透過專業分類料源，將良好材料作為木作材料；剩餘邊料或狀況較不佳的材料，則以 800 度高溫炭化方式，製作成可有效減緩地球暖化的「生物炭」，同時回收炭化時的高溫水煙「木酢液」。投入農業使用，並開發清潔產品、抑菌產品、以及最高質化的生技與綠建材用途，完成森林循環鏈。

盛發投入木藝與木育再利用，並以炭經濟綠色產業為核心，為台灣山林創造豐盛友善的永續價值，並成立「森林循環湖口創生青年培力工作站」，共吸引 20 位木藝導師與超過 700 位青年參與，讓林業技術持續傳承，讓青年得以返鄉創業，投入循環經濟。

11 永續城市 以森林循環工作站振興老化社區 吸引 650 位青年返鄉參與學習

13 氣候行動 回收 600 噸剩餘林木，減少碳排放 約大安森林公園 1.1 年的炭吸附量

15 陸地生態 在新竹湖口種下 1400 顆樹 超過 150 場演講，傳遞森林教育



二氧化碳你別逃！把大氣中的 CO2 封存起來的「黑」科技

減碳是許多環保單位的努力目標，透過減廢、減少垃圾燃燒、進而減少碳排放量。致力於二次利用「剩餘林木」的 Rewood，一部分的目標，也是為了挽救枯枝殘木進入焚化爐而生。

不過，Rewood 不只要「減少碳排」，更關注於如何運用森林本身龐大的「固碳」潛力，更主動地捕捉大氣中恣意飄遊的二氧化碳。不只要 CO2 趨近於零，更要進入負數。

什麼是「固碳」？

一一活的減碳法：用森林來吸收二氧化碳

植物為了行光合作用，會吸收二氧化碳、放出氧氣，這份固碳（Carbon fixation）的能力，使得森林的存在，成為減碳大業的重要支柱。

不過，植物與二氧化碳之間的關係其實更加複雜：夜晚行呼吸作用的植物會重新釋放二氧化碳、衰敗的植物也會釋出二氧化碳、老樹的固碳能力又比二十歲以下的小樹來得差……凡此種種，要確保一座森林的固碳能力，不只是多種樹就好，更要有林業管理的專業。若不是「森林系」達人，還真的難以達標。

什麼是「生物炭」？

一一死的減碳法：用生物炭來封存二氧化碳

此炭非彼碳，生物炭（biochar）指的是木頭、竹子等有機物在特定環境下燒製、裂解之後的產物，比如在除臭、防潮、淨水領域都大受歡迎的竹炭，就是生物炭的一種。

生物炭的形式，可以把本來逸散在大氣中的二氧化碳，變成固體，保存超過千年的時間。可想而知，這對於大氣中的二氧化碳壓力能有多大的疏減效果！

更別提，這些多孔隙的生物炭能開發成各式抑菌去味的生活產品，做成盆栽嘛欸通！可以做成綠建材的原料，還可以埋入農田、增強土壤地力，有不可小看的產業價值。



Rewood 創辦人陳偉誠說：「我們和清大合作，幫清大省下了一半的剩餘林木處理費用。重達六噸的修枝和風倒木，直接送去燒掉的話要花兩萬，但送到 Rewood 的手上可以創造四百萬的產值。」從負兩萬到正四百萬，林業經濟的價值驚人。

關鍵一：剩餘林木不要當一般垃圾丟掉，否則會增加碳排

關鍵二：剩餘林木要用專業設備才能燒成生物炭 否則無法固碳

秉持森林專業，Rewood 先將剩餘木材加以分類，將狀態良好的邊角料投入在地木藝的培養；再將更零碎的餘枝燒製成生物炭。只要使用正確的設備，燒製生物炭的過程並不會釋放二氧化碳。燒製過程中產生的水煙如果蒐集起來，還可以轉化成有極好清潔力的「木酢液」，也就是「木酢達人」子品牌的誕生源頭。

Rewood 更與地方農改場合作，將自家的生物炭燒製設備租借出去。在農園蒐集枯枝的旺季，只要送到地方農改場，就能燒出農家可再次利用的生物炭、用以增加土壤保水力和通氣性。既擴大了影響力範圍，也能降低收送枯枝途中的碳排放。

要保護森林，不能只有盲目造林、更要懂得經營生物多樣性；要減碳，除了節省排放、還可用生物炭擴大千年起算的封存量。Rewood 環繞「固碳」核心發展業務並創生地方，精準掌握一棵樹的生死循環，讓投入減碳工作的努力人們，有更事半功倍的表現。

有責私推：

文字 / 陳好寧
攝影 / 謝葉霖

關注碳權的議題的夥伴，能從 Rewood 身上學到森林循環經濟的精髓。此外，有認養林地的企業、有整地伐木需求的營建業、有綠建材需求的建築業、或是業務與紙類有緊密相關的產業，也都很適合認識 Rewood 的服務！

盛發生物科技股份有限公司
謝惠婷 | 專案經理
0915-087-123
a403056@gmail.com





仁舟淨塑

讓少塑·變多數

根據環保署資料，臺灣人所丟棄的垃圾之中，超過 500 年才能分解的塑膠比例高達 16%。塑膠垃圾不是無法納入回收系統，便是回收成本過高，效益低落。減少一次性塑膠用品的使用，才真正是釜底抽薪的良方。

仁舟社會企業心繫永續，研究如何運用對人體健康與環境友善的材質，發展出各式兼具「實用性」與「設計感」的減塑產品，以解決塑膠引發的人類健康問題與對環境造成的危害，自行在台生產設計研發的「水源寶育樹盆」近年更獲國際設計大獎〔金點設計年度特別獎－循環設計獎〕及日本 crQlr Awards〔全球循環經濟設計獎〕肯定。從產品開發、設計、生產到銷售推廣，仁舟提供源頭減廢的淨塑提案給消費大眾，並進而連結有志一同的供應鏈、企業夥伴與銷售通路，一同創建永續減塑的生活推廣平台。



3 健康與福祉
善用對人體健康和環境友善的材質
如天然蜂蠟、棉布、矽膠、再生紙

12 責任消費與生產
研發減塑良品、提供無塑產品包裝
產品設計零件可拆除更換

14 海洋生態
產品可取代一次性塑膠垃圾
為海洋垃圾減量，維護海洋生態

善用材料特性 好容器陪伴，減塑生活不間斷

看到仁舟淨塑的 slogan「讓少塑·變多數」，一度以為會視塑膠為敵。但仁舟相信，「塑膠本無罪，罪的是人類使用它的方法。」如果人們慣於反覆使用、而非一次就丟，並讓塑膠得以回收再製、再運用就不會讓地球有塑膠化之虞！

回顧仁舟網站上的產品線，有矽密保鮮盒、矽密食物袋、矽密咖啡杯、蜂蠟保鮮布、葉子餐盤、水源寶育樹盆、.....我們熱切地想問哪位選手最被看好取代塑膠，閱「材」無數的仁舟總經理王文蘭說，其實，並不存在一種完美無缺的材質。

「有的太重、有的太貴、有的不耐酸鹼、有的易碎.....」她拿起手上的矽密咖啡杯，材質軟 Q、極好收納，「但如果沒有杯口的食品級 PP，這個杯子你看，」被拆下配件的矽膠杯緣，看起來好軟，「這個杯子會不好使用...。」

不同材料，不同特性，分工合作，各司其職。只要別一次性拋棄、又可進入回收體系，環保的精神不需被侷限在特定的材質上。

於是仁舟團隊發揮品牌 DNA 成立至今五年持續開發出 4 大品類、25 項的減塑良品，讓消費者好用就能輕鬆脫離對一次性物品的依賴，達到源頭減廢、減塑！

有責私推：

保鮮盒是辦公室生活的必備用品，不論是喜歡自己帶便當還是帶去樓下自助餐店外帶，仁舟的產品既能提升生活品質，也可以用減塑之姿再融入「食」的領域。此外，如果有植樹需求的單位，更要試試仁舟的專利好物「水源寶育樹盆」！



此外，為了要讓這些新興材質的容器，真能陪伴使用者很久很久，仁舟格外注重兩件事。

一，在產品網頁上提供詳盡的保養說明

比如矽膠，因為略帶毛細孔，容易收折，也耐熱達 200 °C。沾附食物氣味或顏色時，只要用滾水加入小蘇打粉或白醋煮過，毛細孔打開了，去色去味殺菌就能一次到位。

二，提供可拆換的零件，免費維護

比如矽密保鮮盒上的小海龜造型氣閥塞，如果遺失或損壞，都可以和仁舟的客服聯繫。不需要整組拋棄，就能夠繼續正常使用保鮮盒，讓她陪你再戰好幾年的減塑生活。

跳離餐桌，仁舟的另一個發明之巔，是「水源寶育樹盆」。「植樹其實沒有那麼容易，樹苗種下去，夭折的很多，而且人工灌溉的成本，比種苗本身更昂貴。」用回收再生紙製成的育樹盆，蓄水能力好，又能保護幼苗。在樹苗強壯之後，育樹盆能自然分解於土壤。節省成本、友善土地、植樹成功率更是提高到了七成以上，更被媒體喻為種樹神器！

要通往「少塑」的未來，有百百種方法。仁舟說，那也是為什麼需要百百家的社創一起努力。當我們把目光投向被海洋鋪滿 71% 的地球，所有努力的人都是好盟友！

文字 / 陳好寧
攝影 / 謝葉霖

仁舟社會企業股份有限公司
業務行銷部
03-3508535
service@zenzhoultd.com



穿上改變
追求美麗事物同時也對地球友善

- 12** **責任消費與生產** 檢測產品生命週期之環保數據 推動供應鏈改革創新
- 13** **氣候行動** 建立時尚設計類產品回收標準流程，以達到減少廢棄物的產生
- 14** **海洋生態** 提高產品生物分解度降低優養化 減少水資源的浪費，保護海洋



挑品國際股份有限公司
張依菱 | 營運總監
0936-823-197
picupitw@gmail.com

picupi 挑品



目標淨零碳排

- 12** **責任消費與生產** 研發出無塑、低碳、可自然分解，確保資源循環再生的產品
- 13** **氣候行動** 推出重複使用環保永續瓶 鼓勵消費者從日常生活中做出友善環境的行動

鉅田潔淨技術股份有限公司
蔡先生 | 經理
0928-902-512
alex@renouvo.net

renouvo



「picupi 挑品」是臺灣第一個致力於面向公眾倡導永續時尚、設計和綠色生活的推廣平台。

2022 年推出「貝殼鈣循環洗衣精」，關注水資源保護和廢棄物運用，達到資源再利用之目的。使用來自回收花蓮立川漁場黃金蜆殼高溫鍛燒《EcoCal® 貝殼鈣》粉為天然殺菌劑，以獨家專利成為洗衣精成分之一，SGS 證實除菌率高達 99% 以上，無磷不產生壬基酚，不含甲醛、防腐劑、螢光劑和漂白劑，生物分解度大於 97%。

並利用 100% 消費後再生塑料製作 rHDPE 瓶器和 rPP 瓶蓋。為增加循環再利用之物料純淨度，採再生紙大豆油墨印刷作為瓶器封套，取代瓶器印刷和塑膠膠膜。此產品獲得環保署 111 年度資源循環績優企業（新創組）銀質獎項，以及 2022 金點設計獎「年度特別獎 - 循環設計」和「年度最佳設計獎」。

鉅田潔淨技術核心技術為植物纖維材料研發，以「廢棄物再利用」為核心價值，回收和應用天然農業廢棄物，研發生物可分解的產品，已取得 FDA、SGS、美國 BPI 及歐洲 Din Certco 的生物可分解認證。

秉持共享經濟理念，不另外設置生產工廠，將製作完的材料交予代工廠製成品，以解決因限塑政策使得傳統塑膠工廠帶來訂單縮減的衝擊。在禁塑令發布前，鉅田公司已利用農業廢棄物回收再製成不含塑膠的生分解材料，並於 2018 年發表了可生分解的甘蔗吸管，解決一次性塑膠垃圾問題，也同時協助當地農民處理廢棄物問題，現更進一步打入歐美市場，將產品銷售至世界各地的客戶。

在產品製造到消費端使用的過程，以生命週期循環應用帶動循環生活，透過減碳、資源循環的商業模式，確保地球有限資源循環再生，落實 SDGs 可持續發展目標，實踐淨零永續。



貝殼鈣循環洗衣精經典款 | 聯名包裝



貝殼鈣循環洗衣精



洗衣精和萬污去漬噴霧



甘蔗吸管



甘蔗餐具



Sugarcane Kids Dinnerware Set



LIFESTAR

致力促進人和動物健康
維護和改善生態環境

8 就業與經濟成長 2022 年採購 300KG 以上蠶繭
創造 2,000 萬以上原料產值

11 永續城市 成立蠶絲蛋白科技創新發展協會加速
知識傳播及產業技術開發

15 陸地生態 精進養蠶及配種技術，促友善耕作
並建置生產履歷與無毒蠶標章



in Bloom
印花樂

以印花設計創造美感與共好生活

8 就業與經濟成長 2021 年協助 19 名婦女穩定就業
向地方弱勢車縫團體採購逾 148 萬

11 永續城市 2021 年無產生任何工業廢棄物
僅 0.658 公噸無害垃圾與可回收物

12 責任消費與生產 推廣採購保特紗、有機棉產品
30% 以上原物料採購自台灣供應商

生命之星

生命之星國際股份有限公司
邵任民 | 副總經理
0936-092-941
enders@lifestartw.com



印花樂

印花樂美感生活股份有限公司
張安杰 | 業務總監
0928-423-052
ajchang@inbloom.com



民國 60 年代，臺灣曾經家家戶戶都在養蠶。如今在生物技術進步下，蠶絲蛋白許多絕佳的特性在醫學上被證實，從醫療敷料、生物支架、生物手術膜等專業醫材，到保健與美容產品，蠶絲蛋白不只有高度人體組織相容性、不會引起人體過敏反應，更具有生物分解性、來源環保永續。

生命之星以專利蠶絲蛋白萃取技術開發人用醫療器材等商品，除了擁有自己的生醫實驗室，更建置了 Class 10,000 等級 GMP 工廠。在醫療保健領域之外，也投入如降溫節能材料的創新研發，帶領臺灣蠶產業走上國際舞臺。生命之星致力發展 One Health，協助農戶建立生產履歷及符合國際原料溯源的認證，且長期收購農戶的契作，以科技農業的品質規格導入生技醫療產業。目前除了苗栗在地農友，更與社福團體合作，往科學化養蠶前進。

印花樂成立於 2008 年，從推出第一款「臺灣八哥」印花圖案開始，即專注於開發臺灣原創的印花布料商品，並致力於透過設計，傳播社會共好與環境保護的理念。如今已成長為超過四十人的新創團隊，擁有 8 間直營店鋪，產品開發近千項，客製案合作客戶包括麥當勞、王品、全家、萊爾富等，是臺灣最具代表性的設計品牌之一。

印花樂希望用「產能契作」的概念協助弱勢工坊獲得大型企業的穩定訂單。最開始合作的族群是在偏鄉工作的婦女，可能因為原先的農地或工廠關閉，導致必須到外地尋找工作。另一個族群是家庭功能缺失的婦女，為照顧家庭，無法投入全職工作。然而，現在都市化現象越來越集中，原鄉的工作機會越來越少，媽媽們便更難找到可以同時讓她照顧小孩，又有穩定收入的工作。為這兩個族群開創就業機會，並提供穩定訂單，是印花樂的企業使命之一。希望透過在地設計和弱勢就業支持，讓印花樂能發揮更大的影響力。



蠶絲蛋白原料



Ambao 安寶寵物傷口照護系列



企業客製服務



友善環境
你只需要一個好選擇！

- 9** 工業、能源與基礎建設
透過廢棄菱角殼處理及菱殼炭生產
創造 20 個在地就業機會
- 11** 永續城市
為復康巴士媒合吸附包嘉惠 451 萬
人次並換發回收炭材鼓勵友善耕種
- 13** 氣候行動
共處理 1,500 公噸的廢棄菱角殼
透過專利碳化設備減碳 140 公噸



那穎炭國際有限公司
李政憲 | 創辦人
0911-611-877
service@gtbg.com.tw



官田烏金

官田是菱角的主要產地，然而銷售菱角後留在當地的菱角殼屬農業廢棄物，不能由清潔隊處置；堆在路邊會發臭，放火燒又會污染空氣；任其自然腐爛分解，得花 1 到 2 年，是官田人長期以來的心頭大患，也難以在經濟和環境中取得平衡。

官田烏金開發專利炭化製程，將原為農業廢棄物的菱角殼炭化成符合國際規範的「菱殼炭」，其組織是由無數細微孔洞所形成，孔洞可吸附異味和甲醛、調節空氣濕度、過濾汗水等，生活應用相當廣泛；對於土壤則可中和酸性土壤，增加保水力及通氣性，並吸附土壤養分，達成空氣到水再到土壤的充分循環利用。

官田烏金不僅為社區帶來就業機會，創造經濟價值，也讓農村生態得以永續。此外，位於官田的專利製炭系統園區，配有完整「熱源再利用系統」及「太陽能電力系統」，成為循環經濟應用的典範，透過多樣化的園區導覽遊程，在地方持續推廣友善地球、循環經濟之理念。



星際太空香氛禮盒組



火山擴香石精油組



菱生活餐具雙享組



玩皮高手

社團法人台南市復健青年勵進會玩皮高手工作坊
陳怡君 | 行銷經理
0952-906-185
a7951940@ms59.hinet.net



有愛無礙
實現玩新、玩皮、玩生活的皮件創意

- 1** 消除貧窮
提供身障者就業機會改善生活
並協助身障員工不再仰賴政府補助
- 8** 就業與經濟成長
提供 10 名身障工作者
15 個中高齡夥伴工作機會
- 10** 減少不平等
透過職務再設計創造友善職場
使身障工作者工作獲得尊嚴

玩皮高手工作坊隸屬於社團法人台南市復健青年勵進會。協會以培養、培訓、陪伴為理念，輔導身障失業者就業進而改善生活。玩皮高手也將手中資源與訂單與訓練有成的學員們共享，由工坊統籌，發派訂單，讓更多學員可以受惠外亦將盈餘回饋給協會（包含急難救助金、慰問金、身障子女獎學金、身障者創業支持、各項活動辦理等等）。

玩皮高手工作坊的身障朋友在經過勵進會的皮雕培訓後，從剪裁、雕刻、染色、組裝到包裝全部一手包辦，依照員工個別行動力、製作力以及創造力，放在不同的工作崗位上，讓人看見身障者其實與大家的工作能力並無不同，只是需要放在對的位置上，他們的產能一樣很好。

玩皮高手每年不斷培訓新的身障者手作技能，連結工作坊的資源與訂單量能，透過玩皮高手品牌接單，不僅是工坊內的身障者，也將訓練有成的學員轉變成外部支援隊，讓善循環可以持續外擴。



客製量產 | 皮革系列實用商品



真皮筆記本



真皮識別證

玩艸植造，玩出植物的永續價值

- 8** 就業與經濟成長 與農民製作穩定收益，並與庇護工廠合作增加工作機會
- 12** 責任消費與生產 種植無農藥與除草劑，加工過程零添加，對環境友善的一次性吸管
- 13** 氣候行動 草吸管在自然界中3至6個月分解友善海洋，至今已減少6噸的塑膠垃圾與100噸碳排



玩艸植造股份有限公司
陳柏榮 | 董事長
0928-510-256
benson_chen@wondergreener.com



玩艸植造股份有限公司

面對全球塑膠餐具氾濫問題，玩艸選擇從最小型的餐具「吸管」開始著手改變，從大自然中尋找永續解方，讓「原始植物吸管」成為玩艸主力產品。

臺灣有得天獨厚的氣候與地理條件，可以將蒲草吸管打造成全球性永續產品。透過企業與玩艸植造合作的責任採購，「用多少吸管就製作多少蒲草田」將有利稻田轉型並將蒲草發展成需求量大的新形態經濟作物。

從種植到產品使用後的處理，玩艸希望帶來以下的價值：1. 利用休耕地、棄耕地、以及閒置的水澤或荒地，變成種植用地。2. 從種植到製造，成就負碳排產品。3. 與地方創生合作，讓閒置生產力活化。4. 使用後可直接丟棄，對環境的影響等同一片落葉。

除了臺灣，目前也已在英國成立據點，持續將蒲草吸管銷往歐洲其他地區及美洲等地方，並新增客製化雷雕服務提升產品特色。玩艸植造，信仰天然追求自然，讓環境更有未來。



企業客製化禮盒



植感禮盒



Bluseeds
芙彤園

ESGifts：減少化學露出
維護土地健康、增加農民技能

- 11** 永續城市 提供消費者環境永續商品，透過國人日常洗沐建立永續生態系
- 12** 責任消費與生產 使用對土地最永續的耕作方式幫助台東地方創生
- 15** 陸地生態 以「自然農法」種植香草，不噴灑農藥及化學肥料，確保土地永續

芙彤園

芙彤園股份有限公司
簡劭萱 | 副理
0918-039-610
alice@bluseeds.com



芙彤園 Bluseeds 堅持打造「屬於臺灣味道」的天然香氛用品，致力於 0% 人工化學合成添加的精油及天然香氛洗沐用品，透過自然農法復育土地，杜絕環境荷爾蒙，同時確保原民小農的收入穩定，達成對人體、社會和環境的友善循環。芙彤園的洗劑是這場革命的先驅，其中包含洗髮露、沐浴液、蔬碗液、潔衣露...等研發。

採用整株天然肥皂草、天然草本植物提煉成精油、精露、天然海鹽、海藻、蘆薈...等成份，使用後完全可以被大自然分解，對環境做到真正的保護。在原料端，芙彤園以自然農法方式植栽香草，復育土地及避免環境荷爾蒙汙染。農民採用適地適種、花草和作物共同管理，不施肥也不用任何農藥、除草劑，並採用自然的方式防治蟲害，天生天養強化土壤本身力量，將土地回復為原貌。

透過創造「生產、生活、生態」三生一體，同時復育土地及地方創生，創造經濟成長及環境永續與公眾利益的社會創新企業共好商業模式。



清新舒緩防禦禮盒



花開四季每日療癒十支組



常玉浴女香氛禮盒



長日咖啡
CHANG COFFEE CO.

日曬溫度，造就咖啡氣度

- 8** 就業與經濟成長 雇用 2 位身障者，建立適合的工作性質及環境
- 11** 永續城市 以生產蚊香等產品，實質創造收入優先聘用社區人員
- 13** 氣候行動 減少區域咖啡渣掩埋 1,100 噸 / 年
減少溫室氣體排放 18,700 噸 / 年



茶籽堂
ChaZuTang

傳遞土地美好的良善生活品牌

- 11** 永續城市 以契作、新植、轉作苦茶園計畫重現地方重現活力找回土地的價值
- 12** 責任消費與生產 2021 年新瓶器減少 44% 塑膠含量
使用 100% 回收再製的 rPET
- 13** 氣候行動 預計每年減少原生塑料 3,093kg
共減少 7,031kg 碳排放量

長日咖啡

蔚來美好生活服務有限公司
陳莉珍 | 店長
0909-319-370
rhrkbm@gmail.com



茶籽堂

捷順企業股份有限公司
吳佩倫 | 資深業務
0939-652-932
brandy@chatzutang.com



長日咖啡 Chang Coffee Co. 的國村咖啡莊園，主要位於彰化八卦山低海拔丘陵地。在臺灣中部充足的日照特色下，充分運用長時間日照充足的後製處理—自然陽光乾燥 (Sun-dried)，耗時費心讓每顆咖啡豆都能吸收飽滿真島陽光能量。

翻轉低海拔環境的劣勢，積極達成低碳足跡、低能源消耗的臺灣咖啡品牌。長日咖啡也全力執行咖啡渣循環經濟。咖啡產生的咖啡渣掩埋後每公噸會產生 340 立方米溫室氣體甲烷。

長日咖啡二次利用咖啡渣，製成咖啡渣燃材，取代現有的木炭。以彰化在地日曬手工製香技藝為本，升級再造成為咖啡渣天然驅蚊香、咖啡薰香、燒烤用的咖啡炭等產品。並且雇用長照 2.0 學員，投入生產循環經濟產品，同步解決環境事業廢棄物、社區長者照護、創造企業獲利。

茶籽堂成立於 2004 年，致力於發展臺灣苦茶油文化，於 2016 年發起「苦茶油復興計畫」，以「提供苗木」「栽培管理」「定價收購」為主，陪伴契作農民共同擴大產量，優化品質，推動契作農場及苦茶樹新植計畫。

2018 年，茶籽堂於宜蘭大南澳發起「朝陽社區復興計畫」，推動地方社區發展協會與公部門合作，以當地居民生活樣態為初心，從社區品牌識別設計、老舊建物美學改造、土地教育與體驗，以致達成社區的永續發展。

2021 年制定出「減少、回收、再生」的永續循環準則，躋身國際永續循環之列。從源頭減塑做起，預計每年共減少 3,093 公斤原生塑料和 7,031 公斤碳排放量，實踐責任消費與生產的友善土地行動。

茶籽堂認為，永續應從源頭的改變做起，結合土地、人文、藝術，開啟苦茶油文化的新價值，傳承臺灣美好的人事物，讓文化繼續發揚。



咖啡 Q 李



八卦山咖啡掛耳式 7 入裝



咖啡渣天然驅蚊香



小鹿袋隨身禮



茶籽堂植萃禮盒



手部養護三人禮盒



傳承天然茶籽與延續土地家人的愛

12 責任消費與生產 產品包裝尋求減塑及可回收的材質，裸裝商店合作推廣永續

17 全球夥伴 於 2015 年至今與多位台灣小農契作將植物萃取出原料並製作清潔產品



將城市的塑料廢棄物轉化為循環經濟資源

13 氣候行動 以塑料再製商品為主體，減少製程能源消耗、廢棄及碳排

14 海洋生態 收受海洋廢棄物的再製粒子為原料並獲得海保署海廢認證標章

17 全球夥伴 積極推動回收塑料再製產線技術與印尼簽訂商業合作輸出技術

茶寶

茶寶股份有限公司
張睿芯 | 專案規劃
02-27556098 分機 18
teapower8003@gmail.com



捷綠木

台捷精密股份有限公司
白蕾 | 行政
03-420-2238
guesting37@gmail.com



茶寶自有工廠為寶豐生物科技，是國內第一家植物性清潔劑工廠，榮獲 ISO22716 / GMP 國際品質雙認證。以環保綠工廠為目標，使用天然植物性原料，經營茶寶旗下品牌「淨覺茶」、「潤覺茶」、「自然力」，讓更多消費者認識對於環境更好的清潔 / 保養用品，不使用石化成份、不做動物性實驗，藉此喚醒消費者重視健康與天然的購物選擇。

茶寶全系列商品皆以人本出發，工廠所使用的植物性原料，多與臺灣小農合作，一同將更好的產品與原料推廣給消費者，為下一代保留安心的自然環境。

除了友善環境的產品外，茶寶優先保障工作名額給予二度就業婦女、當地居民工作機會。給予女性可以安心規劃未來結婚、生產、照顧小孩的福利，期許為職業婦女提供更良好的就業環境，在環境與社會面都積極提出關懷。

創新始終要符合人性，企業理念價值應在全人。捷綠木為台捷精密股份有限公司專業研發設計之品牌，由高達 80% 回收熱塑性塑料混合製成塑料合金建材，進入高附加價值建材市場。

以回收塑料創造出取代木材之應用，減少樹木砍伐，並在 2022 年取得海廢商品標章。透過轉化熱塑性廢塑料成為新建材，用捷綠木取代鐵皮屋房子，取代現有充斥塑化劑、防腐劑、潮濕發霉的木質建材，將整體塑料產業導入建材的循環經濟體系。捷綠木兼具環保、節能、減廢、健康、保護森林等多項功能，可創造永續生存環境，打造共生生活建築，營造健康室內居住環境的新建材。

不僅在國內市場，透過整合異型材押出設備、模具做捷綠木生產技術整廠輸出，全面向世界各國有需求解決熱塑性廢料回收再利用及缺少木材使用的國家或地區，做捷綠木生產技術輸出，也讓產值不斷提高，讓品牌成為循環經濟、節能減碳的最佳代言。



淨覺茶經典茶籽清潔禮盒



開運擲筊皂 / 博杯皂



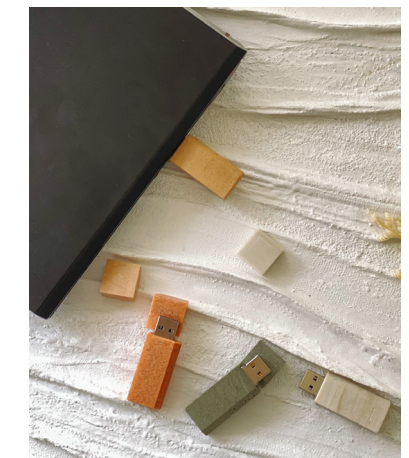
潤覺茶桃花呵護禮盒



捷綠木環保擴香棒



捷綠木造型拇指琴



環保塑木 USB



成為對世界更友善的潔淨選擇

8 就業與經濟成長 員工及高階主管男女比為 1:4、1:2，促進多元包容成長環境

12 責任消費與生產 再生塑膠瓶器減少 10.3 噸塑膠量
無包裝販售減少 1.793 噸塑膠量



淨毒五郎有限公司
莊佩宜 | 業務經理
0939-227-252
peggie@chef-clean.com



淨毒五郎

Chef Clean 淨毒五郎是臺灣第一間獲得 B 型企業認證的居家清潔用品品牌。秉持環保、安全、有效三大堅持，以植物性來源原料開發產品，取代市場上以石油提煉的清潔用品，產品皆為臺灣製造。從產品設計到供應鏈促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式。

除了使用 100% 再生塑料瓶器，並採用分解度相對較高之植物性來源原料減少環境影響；淨毒五郎也推出可循環的 10KG 桶裝販售系統以及無包裝補充計劃，鼓勵使用自備瓶器的消費模式減少新塑膠產生；同時在電商端採用循環包材並取得環保署網購包裝減量標章，多管齊下從源頭達成廢棄物減量，提供企業及個人對世界更友善的潔淨選擇。

淨毒五郎的使命是透過創新的商業模式及安全有效的商品，傳遞友善共好的理念，並藉此推廣永續的生活態度。持續朝著「成為對世界更友善的潔淨選擇」的願景前進。



居家潔淨禮盒



R-Clean 10KG 循環桶裝企業方案



蔬果清潔劑

綠藤生機 GREENVINES

讓更多永續選擇在生活中發芽

1 消除貧窮 奇蹟辣木油幫助 7000 位迦納小農脫離貧窮線，收入成長 4-10 倍

12 責任消費與生產 超過 17 萬支空瓶的「空瓶回收計畫」，再製成為毛毯等物品

13 氣候行動 換上業界最高 50% 再生玻璃瓶器，以及 100% 回收塑膠瓶器



綠藤生機

綠藤生物科技股份有限公司
游芷筠 | 通路業務
02-2707-6788 #112
flora.yu@greenvines.com.tw



綠藤生機 Greenvines — 深度減法的純淨保養品牌，是臺灣第三家 B 型企業，同時也連續五年拿下「對環境最好的企業」(Best for Environment) 獎項，成為亞洲唯一。在全球純淨保養趨勢下，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。

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」。綠藤率先在 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。透過不斷的創新產品研發、消費者教育和人才培育，綠藤將簡單的保養成分，擴展出不簡單的價值。



植海 | 微香洗手慕斯



奇蹟辣木油



頭皮淨化洗髮精 - 家庭號海廢瓶



**BUYING
POWER**



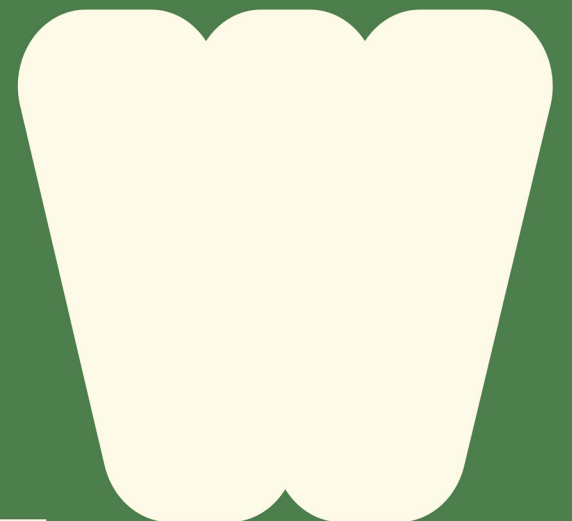
**SOCIAL
INNOVATION
PRODUCTS AND
SERVICES
PROCUREMENT**



Welfare

護健康

TYPE. 元氣身心走更遠





群心整合服務

只要能多救活一人，就少一個破碎的家庭

群心觀察到大多 AED 於設置後，場域管理人不了解管理方式、加上經常虛應了事應付法規的狀況，因此致力於開發人性化的 CRM 管理系統，減輕場域非專業管理人的負擔，並承擔最重要的維護及教育訓練責任。

群心以「專業的 AED 設置規劃服務」、「創新的急救教育課程執行」、「具備效益的 AED 維運服務」等緊急醫療救護的整合服務為目標，對於已設置 AED 的單位，給予現況優化的專業建議，並爭取孤兒 AED 後續維運服務的機會；另外致力於 AED 的公益捐贈計畫，在偏鄉或醫療資源不足等地區，提升心肺功能停止患者在第一時間能夠被救援的機會。

團隊成員已有 80% 取得了基本救命術指導員資格，提供符合美國心臟學會的最新版教育訓練指引的教學模式，採取科技輔助與實境演練的作法，增加民眾在遇到緊急事件發生時急救的意願。

3 健康與福祉
完善 AED 的建置
守護每個驟然停止的心跳

4 教育品質
推展高品質急救教育
讓民眾都能有拯救彼此的技能

11 永續城市
讓急救融入生活當中
共同提高城市的救援韌性



用 AED 設備投資韌性社區 注入救人的知識與勇氣

想像步行在一個城市
這裡的每一個居民，都秘密具有緊急救護員的知識
意外一發生，身旁的人都能執行急救、爭取送醫前的救命時間
那是一個多麼強大的城市？

AED，全名「自動體外心臟電擊去顫器」，近年越來越常在大小公眾場所見到。然而，多數民眾並不認識 AED 的使用時機，甚至也不曾想過自己擁有救人一命的能力。時空倒轉回到小時候在學校和「安妮」人偶的互動，有多少人還能記得急救步驟？又有多少人知道在真人身上的按壓、該出幾分力氣呢？

群心的共同創辦人郭彧辰解釋：「每一個心肺功能暫停的人，都需要 CPR，但其中大約只有 50% 需要用 AED 執行電擊。不過，CPR 可以爭取第一時間、趕快去附近拿取 AED 設備；好的 AED 除了執行電擊，也可以用來偵測患者的心率，指引施救者要用什麼速率按壓、需不需要加強力道！」

AED 的科技如今大幅進步，俗稱為「傻瓜電擊器」，而群心配合的機型，一定會選擇能引導施救者執行 CPR 的款式。

好的機器，必須搭配會使用的勇敢市民

為了讓市民更了解「怎麼急救」，群心安排的課程一點也不呆板。「以前在上課，就是假人倒在你面前對吧，那 AED 在哪，一定是在旁邊的桌上。可是實際上會是這樣嗎？不可能。」

「在群心安排的實境演練，你得到處走一走，才會突然遇見一個倒下的假人；你一邊衝向他，還要確認最近的 AED 到底在哪？誰能夠最快把 AED 拿過來？因為非常貼近真實情境，真的遇到意外時才更不容易慌張。」

許多民眾會擔心，萬一出手相救沒有成功，會不會遭患者家屬反咬一口、告上法庭？

「台灣從 2013 年起就修正了緊急醫療救護法，根據緊急避難原則，無論是『非醫療人員』、或是『非執勤時間的醫療人員』，使用急救設備屬於免責範圍。」法律為了鼓勵民眾救人，家屬雖有提告的權利，但是檢察官不得起訴施救者。

除了擁有急救技能的力量，擁有一些法律常識，更能讓小市民有伸出援手的大勇氣。



好的機器，更應該被好好保養維護，才不會淪為虛設

「年初有個遺憾的新聞，墾丁大街有人昏倒，剛好附近的店家老闆記得派出所有 AED，拿來之後，卻沒辦法開機，貼片不黏，電池過期。」明明有裝 AED、明明有見義勇為的市民，卻沒有適當的檢修，是多麼讓人扼腕的事情。

就像滅火器一樣需要檢查過期了沒有？群心決定補上這個缺口——提供好的 AED 設備、提供需要的教育訓練、更要替（不一定具有專業急救知識的）場所管理者，提供巡檢和保固，減低設備維護管理所需的心力。添置群心的 AED，財產歸你，維護交給群心承擔。

企業也是社區的一份子，更能成為韌性社區的領頭羊

面對企業，群心特別建議企業可在一樓大廳安裝 AED、並且開設急救課程廣邀社區居民一同參加。

「也就是說，我買的 AED 不是只有我能用，而是可以藉此敦親睦鄰，歡迎老少鄰居都來了解怎麼使用，也會認識到這個企業、這個品牌會在社區裡一起守護大家。」零售通路尤其如此，群心目前已和多家指標性企業與社團展開合作。透過 AED，群心想傳達的是設備背後、更加完整的城市救援藍圖。

文字 / 陳好寧
攝影 / 謝葉霖

有責私推：

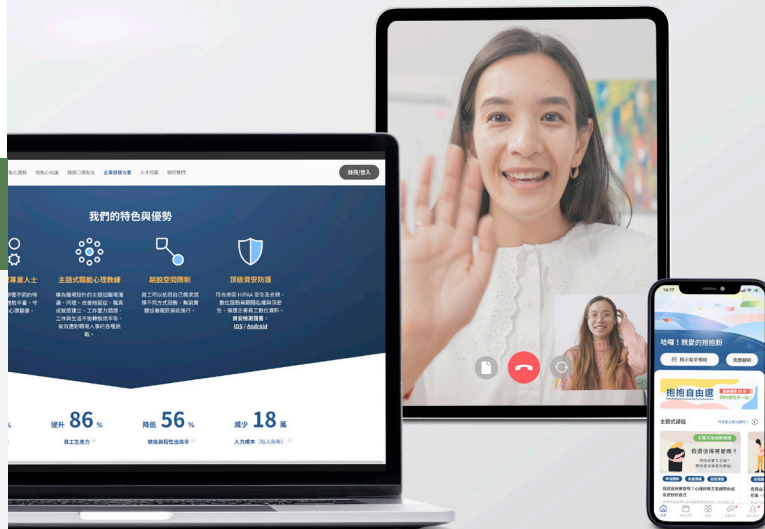
關注 SDGs 第 3 項健康與福祉，或是著重韌性城市、社區關係、生命人權價值的夥伴，都可以思考生活場景中有那些地方適合投資 AED，由社創夥伴提供完善的整合服務！

群心整合服務股份有限公司
郭彧辰 | 創辦人
0976-203-317
pad.tw@m2k.com.tw



一起創造一個友善的心理健康環境

3 健康與福祉 透過數位化心理資源，提升心理健康可及性



鳴醫股份有限公司
Cary I 執行長
02-2795-5390
service@mediot.com.tw



FarHugs 遠距抱抱

全球有 25% 的人生活在憂鬱的情緒，在臺灣的憂鬱人口則為 30%，比全球平均更高。而職場有 67% 的人感到疲勞、17% 的人感到壓力、11% 的人感到過勞。

鳴醫團隊於 2019 年推出數位心理媒合平台 - FarHugs，透過數位方式，降低找尋心理資源的門檻。又在 2020 年正式推出企業員工心理方案，讓企業員工透過 FarHugs 上的資源達到工作與生活平衡的心理狀態。合作客戶包含 4 家大型保險公司、7 家科技公司、3 家顧問公司、3 家社會企業。

FarHugs 的遠距健康生態系 (Remote Health Eco-system)，透過手機 APP 進行服務，醫療人士可透過網站來進行看診服務或處理業務，加上參照「美國醫療資訊保護規範」架構白皮書來處理、存放和傳輸醫療資訊，最大化確保患者與個案的隱私。透過科技導入協助，讓心理資源不再沉重負擔，生活品質也能越來越好。



遠距抱抱企業遠距心理諮詢



以移動力為核心，結合照顧服務陪伴司機
轉化產業、共善社會

- 3** 健康與福祉 累計服務 99,377 人次長照接送、3,864 人次偏鄉交通接送
- 8** 就業與經濟成長 認證近一萬五千位司機，推動四個縣市長照交通創新
- 11** 永續城市 至 2022 年底，推動兩次法規鬆綁執行防疫、震災兩次救災運輸專案

台灣微光行動協會

社團法人台灣微光行動協會
高華成 | 理事長特助
0930-561-957
f057@taxi.org.tw



全台有超過 9 萬位計程車 / 租賃車司機，屬於缺乏穩定生計的社會基層勞動者。本會推動司機培訓與認證，提升職業駕駛人的服務品質與建立工作意義，轉化「司機移動力」成為「社會服務力」。

至今已認證 14,870 名司機。「微光抗疫」計畫曾在疫情最嚴峻時，派遣防疫專車協助確診者的接送。疫情趨緩之後，「微光」持續善用交通接送及防疫經驗，照顧有移動需求的民眾。包括長輩、身障者和偏鄉民眾的就醫接送服務，原偏鄉弱勢民眾的就醫就學，甚至是災難當下與災後復甦所需的交通運輸支援。至今協助疫情期間 4361 趟確診者接送、花東地震災後 7720 趟接送。

微光持續協助國家政策符合臺灣高齡化、少子化與偏鄉弱化下的移動需求，至今已成功推動二次法規鬆綁，也以平台媒合模式，讓計程車投入高齡和偏鄉的弱勢接送，讓移動弱勢議題被看見、被改善。



福祉車交通接送



急難救助專案接送服務



社會公益專案接送服務

讓照顧更放心，讓輔具更溫暖

3 健康與福祉 協助超過兩千個家庭的輔具適配，至少減少兩億以上的醫療費用支出



窩新生活事業有限公司
陳建宏 | 負責人
0921-890-425
service@warmthings.com.tw



窩新生活照護

窩新生活專注於臺灣的銀髮及長照輔具產業，為臺灣第一家輔具專業社會企業。

創辦人為兩位在居家和社區長期照顧領域服務多年的職能治療師，多年來看到在政府政策、醫療體制與照顧實務面中的諸多服務斷層，民眾取得各式輔具的過程中，都缺少專業的諮詢，造成買錯、用錯輔具甚至錯誤使用導致的二次傷害，因此透過創業，希望能補足專業與需求間的缺口。

窩新生活致力於讓資源更適切的使用在每個最合適的地方，提升民眾的照護品質，及照顧者自己的生活品質！讓民眾開始重視「買賣輔具應該要找專業的治療師適配」觀念，進而增加治療師就業率、也增加民眾對於專業的認同，讓民眾都可以使用正確的輔具。成立至今協助了一千多個家庭做了輔具適配，減少了社會一億三千萬以上的醫療費用支出。2022年更開始推廣「身心障礙自由潛水」，提升身心障礙者運動及休閒權利、探索身體、強健體魄。



客製化輔具適配



照護推廣培訓

學無盡

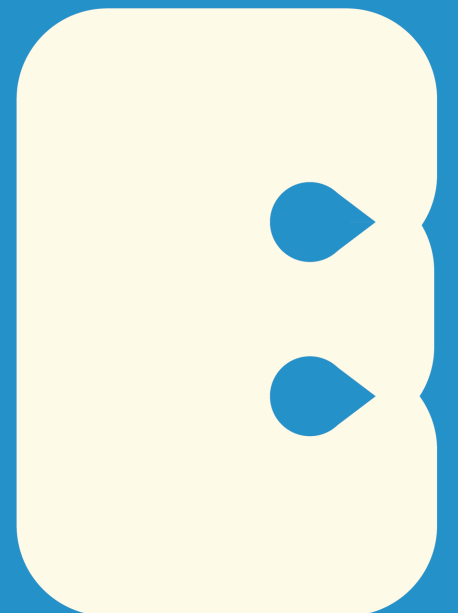
TYPE. 知識就是真力量



SOCIAL
INNOVATION
PRODUCTS AND
SERVICES
PROCUREMENT



Education





玩轉學校

以遊戲培養善良世代

全世界正處在教育改革的浪潮上，需要嶄新的教學思維，將課堂還給學習者，才能啟動自主學習的引擎。玩轉學校在台灣各地推廣遊戲式教學理念，提供學校無償使用教材，也協助老師創造主題式教學的教案，一起探討培養青少年的核心素養的方法。

議題式遊戲是玩轉專注的核心，以社會議題作為遊戲模板，用情境點燃自主學習的熱情。玩轉學校設計大量 SDGs 相關遊戲，主要聚焦在永續城鄉，亦與企業 CSR 合作，培養青少年領導力，是台灣第一間以教育為主軸通過國際 B 型企業認證的單位。2016 年至今，舉辦超過兩百場教師研習，影響超過 8000 名教育工作者，提供多元教學選擇，豐富課室風景。

在玩轉學校，可以放膽失敗、勇敢嘗試，在引導對話之中，獲得真實觸動、貫穿一生的學習經驗。

4 教育品質
玩轉透過遊戲方式累積孩子關鍵素養能力，並認識各種社會議題

12 責任消費與生產
課程內容與責任消費有關，例如：帶領孩子購買非籠飼雞蛋、無童工的巧克力等

13 氣候行動
與企業的 ESG 專案遊戲設計與氣候行動與碳排放息息相關



編註：做為「育」分類的社創代表，林哲宇擅長拆解議題、引人思考。跟著他的思路，看他如何和 BP 編輯討論“be a better version of myself”，展現出對未知可能性的謙卑和包容，那就是「育」最大的社會影響力。

填入空白，善良陪伴 社會議題教學總有一天能變成 「多此一舉」

做為「育」分類的社創代表，「議題式遊戲」是玩轉學校研發獨創的教學方法。不過，如今線上教學資源有如百家爭鳴，玩轉學校企圖填補的空缺是什麼？

「其實我不太認為是填補。」林哲宇小時候想當細菌研究員，長大從事社工，2016 年則成為了玩轉學校的創辦人之一。「孩子的時間大多數的時候已經被排滿了，國英數歷史地理，但這並不是指老師教得不好，很多老師其實教得很有意思。但，大部分孩子的立場是『接收者』、而不是『主動創造者』。」

在資源滿溢、期待也滿溢的狀況下，2023 年的台灣孩子，還會「缺」什麼嗎？他們缺的，或許正是「空白」。在玩轉學校的夏令營，孩子和引導員之間常發生一種對話：

『所以現在要做什麼？』

『對啊，還真的也不是很清楚。那關於地球暖化，或是關於敘利亞難民的事情，你覺得我們還可以做些什麼？』

『可是我才四年級耶！』

『對啊，可是我們辦過這麼多場，也有比你們年紀還小的同學，有時都會找到一些，連大人都想不到的事情。』

暫停輸入，創造空白。孩子反而有了靜下來思考、觀察、提問、和發揮創造力的餘裕。「如果要說補，玩轉補進去的東西就是『空白』。」

啟發同理心，埋下社會影響力

創造空白，是為了不再排斥學習。至於玩轉學校想教的東西，是希望讓孩子變得更好。光是告訴孩子社會議題的來龍去脈，卻很難真正啟動獨立思考的開關。「敘利亞難民有多少萬人、歷史背景上有哪一些衝突、有什麼族……讀完之後，孩子還是會想：『為什麼要收留難民？那個是大人的事情。』」

不急著告訴孩子答案，而是用大量的帶入情境，讓孩子思考自己的年紀能做些什麼。玩轉學校與教師共享超過 80 款遊戲教案，都有對應的聯合國 SDGs 的 17 項目標。「浦島太郎遊龍宮」談的是海洋垃圾，「深海大鳳梨的復職危機」則是關於性別平等，「馬力歐毒蘑菇事件」探討農地開發，另外還有「櫻桃小丸子之清水鎮的悲歌」、「海賊王快遞事件簿」、「赤貧危機高峰會」……

「討論碳排放的時候，孩子真的很深刻地去觀察家裡的冰箱，或是家裡的衣服來自於哪一個地方，哦是越南

製造的嗎？那是越南哪個工廠？那它是良心消費的東西嗎？」透過碳排的一日旅行，透過難民體驗，透過上街去尋找公平貿易的標章等等，讓看似沉重不討喜的社會議題，變得好玩。「如果訴諸於恐懼或憤怒，那股壓力最後還是會讓孩子寧可滑手機看抖音。」

五年後、十年後的玩轉學，還有什麼面貌？

變得善良，同理他人，是發揮社會影響力的重要素養。但在改變世界之外，修復自己也是無比重要的能力。玩轉學校正在和寶藏巖合作，準備進駐一家叫做『不怕輸』的書店。裡面有親子空間、戶外遊樂場，有廚房也有木工教室，可以來敲敲打打，也可以靜下來看看漫畫看看繪本。

「漫畫是我和另一位創辦人阿 Ken（黎孔平）遇到挫敗時的精神支柱，很多力量、很多療癒都是從裡面來的。為什麼書店叫做『不怕輸』，就是因為面對社會上的各種挑戰，最後恆毅力是最重要的。面對困境，困境把你壓扁之後你還碎掉了，你還有辦法把自己再重新拼湊組合起來。」

林哲宇開玩笑說，教社會議題，有時就像脫褲子放屁一樣。「當一個孩子、或一個大人被好好對待的時候，其實不需要特別去教他社會議題。」當孩子可以放下各種需要符合的評價、需要去服務的「應該」，就會有很多能量，去完成自己的夢想和興趣；內在滿足了之後，自然會注意到怎麼樣去協助別人，找到更大的成就感。

「我們要做的事，其實就是緩慢的，持續的陪伴孩子。一群孩子。讓他們知道有一群大人好好對待他們，那自然而然他們長大之後就不會歪掉，自然而然就會在他的專業上去影響更多的人。」

文字 / 陳好寧
攝影 / 謝葉霖

有責私推：

社會影響力能展現在有形的產品上，也能化入無形的思想中，影響孩子、影響團隊、影響國民的好幾十年。如果您也關注如何讓更多人了解 SDGs 不易言說的深度內涵，玩轉學校的引導專業，可以協助您把理想帶往更遠的未來。

習元國際教育有限公司
林哲宇 | 共同創辦人
0937-054-208
corp@pleyschool.org



保留原味 創新展現

- 4** **教育品質** 規劃於部落大學成立紙藝師資班 師資多為原委會認證的文化講師
- 8** **就業與經濟成長** 與新店溪洲部落合作增加工作機會 樹皮衣教材更獲南靖部落族人認同
- 11** **永續城市** 六年辦理超過 1,500 場次活動 推展台灣原住民文化到港日加澳

創作 Creation

透過一張不到A4大小的紙 變化出活潑生動的立體紙藝
Create a vivid 3D origami with a piece of paper smaller than A4 size!
全系列共十六族



心象工作室
吳權慧 | 創意總監
0915-120-457
link6915@gmail.com



心象工作室

台灣潛水

恩瀛企業有限公司
陳琦恩 | 執行長
0927-755-972
tdc.ocean@gmail.com



Bring Ocean into your Life

- 4** **教育品質** 於潛水教育加入海洋生態課程讓學生更認識海洋
- 11** **永續城市** 和在地 20+ 商家淨灘淨海，產業合作，共同促進城鎮繁榮
- 14** **海洋生態** 每年至少 20 場淨灘淨海，海洋教育影響至少 1,000 人



讓一張紙注入靈魂與驕傲，原住民血液中的熱情，透過部落居民們的摺紙技巧，以立體紙藝展現。

心象工作室合作成員為「原住民師資」及「部落族人」，創作了一系列原住民特有的工藝，透過紙藝產品的開發製作提升部落原住民收入，也成立原住民師資班，由部落大學指導老師學習此新工藝，學成後由原住民老師們來訴說自己家鄉的故事與文化。目前已培訓近百名師資，多屬原委會認證之講師，教材則與新店溪洲部落及三峽南靖部落合作。

心象工作室從加工到創作的初心，都以如何與原住民合作為前提。培育原住民紙藝加工，讓他們增加拓展新的人脈與市場競爭力，他們也從手作中喜悅地傳遞著自己家鄉的文化，更贏得國際觀光客對臺灣文化的讚嘆。曾獲金點設計獎入圍肯定、以及國立臺灣工藝研究發展中心優良工藝品認證。

台灣潛水的創立最大使命為「海洋帶入你的生活」(Bring Ocean Into Your Life)，讓更多人用不傷害海洋的方式去認識海洋，愛上大海、愛上臺灣、成為海人，一起保護這片大海。

台灣潛水期望解決臺灣大多數人普遍對於海洋的陌生、甚至恐懼，縮短海與人的心理距離。藉由實際行動與擴大宣導，邀請潛水員、各家潛水與海洋相關產業、在地產業一起解決或延緩海洋污染，一起以行動守護珍貴的海洋。將海洋帶入大家的生活，進而對環境與海洋問題有更深刻的感受與體悟，一起了解海洋的污染與塑料問題。

「臺灣的海很美，想讓更多人因為潛水而認識臺灣，進而愛上臺灣。深度發掘在地文化和特色，持續精進讓自己能夠到達世界標準，成為對世界最好的公司。」藉由潛水連接世界與臺灣，更要吸引夥伴改變潛水產業環境，去創造屬於他們的海洋影響力，重新找回臺灣的海洋驕傲。



編織書籤 - 阿美族



紙藝套書



一張紙海報



台灣潛水學院



海洋守護者



海洋大使



打開空間 走入城市的精彩

- 4** 教育品質 與銘傳大學共同舉辦培訓 25 名導覽及 350 名服務志工
- 11** 永續城市 打開平常不對民眾開放的公共空間 如捷運北投機場、衛星工作站等等
- 17** 全球夥伴 參與 20 國線上國際論壇 交流台北青銀共居及社宅經驗



為視障者推動一個公平及友善的就業環境

- 4** 教育品質 突破內在自我設限，發揮潛能 達到自我察覺與行為反思
- 8** 就業與經濟成長 培養視障者從事專業培訓師 截至 2022 年就業達 20,380 小時
- 10** 減少不平等 以特殊環境讓一般人及身障者無異 突破差異，翻轉強弱

打開台北

打開台北有限公司
Richard | 創辦人
0928-972-668
richard@opentaipei.org



黑暗對話社會企業

黑暗對話社會企業股份有限公司
李芳綺 | 管理部協理
0955-146-463
Cherry.lee@did-tpe.com



台北是臺灣最多人工作與居住的城市，城市人每天在連結住處與辦公室的路徑上來回，卻鮮少有機會走進平常不會經過的社區。快速的腳步使市民對於台北的建成環境、建築風格感到陌生，甚至不知道台北除了眾所皆知的觀光景點以外，有什麼新奇特別的地方可以推薦給外地朋友。儘管台北是許多人的家，市民的城市意象與認同感卻很薄弱。

「打開台北」開啟城市中平常不易進入的空間，打開對話、探索的機會，讓台北人重新認識這個城市，建立台北的城市形象 (city identity)，進而加深對台北的認同、驕傲、歸屬感。

執行團隊採用來自英國倫敦的 Open House 國際建築節慶模式，為讓城市居民體驗城市中卓越的建築設計，每年的一個週末會免費開放具有建築特色或主題性的建築空間，使大眾直接親近建築物，藉由導覽了解建築物的美與風格，並與設計師、建築專家對話。

黑暗對話社會企業的使命是，為視障推動一個公平及無障礙的就業環境，並以同理心為社會祥和奠定基石。

臺灣雖在亞洲國家之中，較早對身障權益投入立法保護，但一般社會大眾對視障者有根本的誤解與障礙。儘管視障者有著適合的技能，卻因大眾的框架與歧視，以致就業的道路上有著重重的障礙。

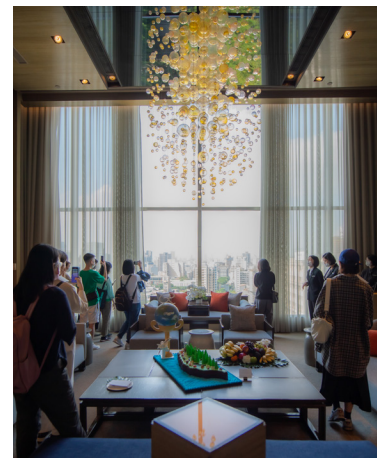
以「為視障者推動一個公平及無障礙的就業環境」為使命，黑暗對話社會企業就此創建，培養視障者從事培訓講師的角色、進而獲得更多自信心；並提供明眼人訓練課程，突破內在自我設限的想法，激發其同理心及認同感，使其認知視障者的可訓練性及工作能力，以期許在職場工作範圍內接納視障者並提供工作機會。亦取得德國對話社會企業公司 (DSE) 的授權，在台拓展黑暗對話工作坊的業務，並以此創新的商業模式來完成社會使命，同時達到自給自足向永續經營邁進。



空間開放導覽培訓與媒體行銷



空間開放導覽培訓與媒體行銷



專屬貴賓空間路線規畫執行



黑暗對話工作坊



公平待客工作坊



黑暗心樂會



透過環境教育找回人心的
幸福與環境的美好

4 教育品質
提供環境教育方案
觸及超過 2 萬位民眾或學子

12 責任消費與生產
自 2014 年起結合作單位
共同推廣 FSC 概念以及友善消費

14 海洋生態
創立基隆在地社團，深耕海洋教育
招募基隆市國小學生參與



環境友善種子有限公司
吳柏毅 | 行政部部長
0911-128-126
service@friendlyseed.com.tw



環境友善種子

環境友善種子公司由一群想為環境散播友善種子的專業人士所組成，簡稱「友種團隊」。相信透過環境教育，讓更多人體驗到環境的美麗與哀愁，便能對環境的危機與自身的關係感同身受，進而願意身體力行從生活中做起，為環境付出心力。

友種團隊堅持以專業環境教育服務改善社會環境，希望號召人人能成為環境教育行動家。除了第一線的戶外環境教育服務外，更重要的是如何影響培訓更多的環境教育工作者，願意投入守護環境的工作，當回到自己的場域後，能影響更多人。也透過結合環境教育與企業員工日，以及將企業所關切的 ESG 面向轉化為公眾或學生推廣教育，協助企業傳遞 ESG 精神。

自成立以來，產生超過 270 套環境教育教案，與企業合作推廣接觸 23,548 位伙伴，協助 13 個單位申請通過環境教育場所認證等，共創環境的美好與人心的幸福。



永續員工／家庭日



ESG 理念環教活動設計推廣



起步走

TYPE. 玩心體驗最深度



SOCIAL
INNOVATION
PRODUCTS AND
SERVICES
PROCUREMENT





品生活

旅行中 - 讓旅行成為一種生活態度

花東地區飽受人口外移困擾，近十年僅有一年社會增加率為正，其中 25-44 歲的青壯年人口外移甚為嚴重，109 年遷出率超過 2000 人，導致花東地區陷入缺乏大量勞動力的惡性循環中。

花東居民主要從事一級產業，其中漁、農更是大宗，觀光業則因近年不少大型飯店業者進駐花東、自然休閒活動成為當代顯學才再次熱絡。然而山林教育、海洋教育、在地文化教育卻並未跟上趨勢，臺灣擁有豐富的山林與海洋資源、多樣化的生態與物種，同時也有高品質的農林漁牧商品。

品生活國際旅行社因此創立，目標推廣食魚教育，讓在地人、國內外觀光客重新認識台灣多樣化的海洋文化、在地漁場，推廣海洋親善漁業，發展經濟的同時推動環境永續，為在地人文、環境地景、海洋生態等尋找解方，同時進一步建立城鄉發展之基礎，為地方注入經濟資源。



8 就業與經濟成長 規劃每年 20+ 團的深度體驗行程 穩定增加部落工作機會

14 海洋生態 於海洋生態旅遊中推廣海洋教育 包括淨灘、賞鯨、以及食魚教育

15 陸地生態 推廣黑熊及野生動物保育 協助募款、辦理講座、組團參訪

「好玩是基本」綠旅、野保、食農 品生活全都串起來

火車駛入花東縱谷，有個俗諺傳說：「花蓮的土會黏人。」從海邊賞鯨到登岳賞鳥，從部落野菜到美式小店，這兒就像萬物養生之地，讓浪子靈魂都平靜悠哉。「品生活」的終極目標，就是要讓旅客無論是國人或外國人，都想在花蓮「再多待一晚」，離開後更想著「再來下一次。」

創辦人葉集偉說：「起初，我們開了洄瀾窩青年旅舍；很快就意識到，不會有人只為了一個旅館床位，規劃旅程，遠道而來。」因此，旅舍開起了遊程部門，漸漸，遊程部門長成了品生活旅行社，全力推廣花蓮的深度美好。

看似樸實的目標，為什麼在花蓮卻是未被實現的理想？一般遊客只知道太平洋、太魯閣，這「兩位太太」，什麼溯溪、古道、野廚、各種遊程選擇，一概不懂。花蓮的部落體驗品牌近年漸多，有些旅客，因朋友間口耳相傳，慕名而來，卻撲了個空。原來是人手不足，或是經營者在旅遊淡季必須外出兼差，導致無法穩定營業。

「很多人都孕育出了珍珠，我們則是要把珍珠串起來。」品生活和諸多花蓮在地的旅遊品牌深度協作，意不在爭高下，而是要讓每個長出自己特色的品牌，不必再單打獨鬥。除了整合人流，有些業務交由旅行社的執照來負責，效益更高。

有真私推：

企業福委看過來！如果一般的員旅景點已經不能滿足各位不安分的靈魂，品生活口袋裡不只有 N 個花蓮好玩的遊程，不僅激發團隊潛力、促進感情，讓旅行回憶能長存心中，更是永續旅遊的實踐。



以海洋遊程為例，品生活可與「多羅滿」合作，用出海賞鯨、帶入鯨豚保育和海廢議題；連結「洄遊吧」最擅長的食魚教育，解說何謂定置漁場、永續漁業，再和主廚合作，提供海洋親善料理。相較於常見的海洋公園，參加者玩得更投入。

品生活：「嘗三口，才是真正的品味。」

許多企業都有員工旅遊、Team Building 的需求，品生活不只是找塊「場地」辦理，「野炊、爬樹、還有很多挑戰型的山林活動，很適合培養團隊氣氛；或是在山上無光的場域辦聯誼。好玩是基本。」

旅遊既能啟發人類的感官、愛惜地球的感情，過程中卻也難以避免碳排放。談及綠色旅遊，品生活表示花蓮有許多極美的自行車道，雙鐵旅遊是重點，「現在已經有七個火車站的電輔車遊程正在安排。」另外還有街區散策的導覽遊程，除了要讓大家少開一點車，也能更用雙腳感受花蓮土地的魅力。不使用一次性備品、和綠色夥伴合作，更是持續推行。

旅行，不只是發生在三天兩夜內的事情。品生活的客人，在旅行回家之後，仍會記掛花蓮的美味農漁產品、或是能否捐款給花蓮的黑熊、野生動物的救傷保育。這不在品生活的營利範圍，而是一家永續旅行社實踐永續旅遊的影響力象限。

文字 / 陳好寧
攝影 / 謝葉霖

品生活國際旅行社股份有限公司
黃瑋璋 | 業務經理
03-8338957
wowwowtrip@gmail.com





讓照顧者與被照顧者同時得到喘息

- 3** 健康與福祉 以無障礙旅遊讓全家一同歡樂出門 促進各年齡層健康生活與福祉
- 10** 減少不平等 透過無障礙旅遊服務實踐行動不便 群體家庭的共融生活
- 11** 永續城市 以無障礙旅遊串聯不同產業 帶動無障礙服務的全面性升級

海洋永續從餐桌上開始

- 4** 教育品質 辦理超過 1,000 場食魚教育體驗， 開發食魚教育教材教案及文創商品
- 12** 責任消費與生產 協助台灣東部傳統漁業產業升級 促進海洋文化與永續觀光就業機會
- 14** 海洋生態 與台灣本地近海永續漁業者合作 篩選數量多且具成熟體長的魚種

多扶假期

多扶旅行社股份有限公司
劉亦中 | 副總經理
02-8931-0123
service@dfholidays.com



洄遊吧 FISH BAR

洄遊吧有限公司
林淑容 | 行銷長
0910-443-888
lin@fishbar.com.tw



「只有障礙的環境，沒有障礙的人。」臺灣已經邁入高齡化社會，可是對於老年人或行動不便者的服務卻還停留在「濟助弱勢族群」。沒有身障手冊卻也需要復康巴士等無障礙服務的人口，更超過 100 萬人。多扶以「無障礙環境的全面連結」做為服務宗旨，讓行動不便的朋友也能真正掌握與安排自己「行的需求」。

多扶提供輪椅升降設施的復康車輛選擇，同時提供輔具租賃服務。例如，爬梯機、手推輪椅、電動輪椅、散步車等各式輔具，讓出門的門檻大幅降低。並延伸整合出「多扶假期」，是全國第一家能夠完整服務「銀髮長輩」、「身障家庭」和「輪椅朋友」的旅行社。

多扶發現，長期待在家裡，將造成肌耐力的降低和肌肉的流失，不只銀髮長輩、就連 30 ~ 50 歲的家庭照顧者也出現類似狀況；有鑑於此，2022 年為健康和亞健康的民眾開辦「養樂·多扶聚樂部」，不只養生，更要養樂，藉由無障礙旅遊，讓照顧者和被照顧者的心身都能同時得到喘息與能量。

人與海洋的關聯，不只是餐桌上那盤美味的海鮮，在我們享用它的無私給予時，是否可以再多關心它一些？

「洄遊吧 FISH BAR」以花蓮七星潭為基地，以食魚教育及永續海洋為核心，提供「洄遊鮮撈」、「洄遊平台」和「洄遊潮體驗」三個面向的服務。藉由這三個新式食用野生漁獲的服務，讓海洋資源的利用及海洋環境，達到相互平衡並永續發展。

洄遊吧精選來自臺灣東部花蓮海域的野生漁獲，24 小時內完成產地的捕獲、處理、真空包裝及低溫冷凍，留住最新鮮的美味；並選擇相對友善環境的定置漁網或一支釣漁法，所捕獲之當季野生洄游魚種，不販售「臺灣海鮮指南」紅燈之水產品。並帶領參與者實際洄遊花蓮七星潭，把自有平台上的漁業及海洋知識，化為具體的體驗行動，並搭配食魚教育，重塑大海到餐桌的完整過程，同時為消費者和海洋環境的健康把關，真切的找回與大海的情感。



客製化旅遊 / 客製化無障礙旅遊



ESG 企業永續旅遊 / 員工旅遊規劃



代辦護照、簽證、台胞證 / 代購機票



企業客製化商品 / 禮盒 (台灣魚之島系列)



洄遊吧鯉魚琴酒



ESG 食魚教育體驗 / 員工旅遊規劃

致力讓臺灣這片土地更好的永續旅行

- 4** 教育品質 2022 年服務 30 所學校
歷年逾千人參與兒童文化教育營隊
- 11** 永續城市 2022 年舉辦超過 550 場次
帶領近 14,000 人認識地方文化
- 12** 責任消費與生產 2023 年設定地方團隊採購金額
將達總營收 40%，實踐永續旅行



島內散步旅行社股份有限公司
Emily Ke | 行銷長
0953-553-545
emily.ke@walkin.tw



島內散步

島內散步致力於成為最有影響力的永續旅行領導品牌，讓每個人守護這片土地的美好。

2012 年從大稻埕開始第一條導覽路線開始，逐漸開拓各縣市文化導覽、在地小旅行；另為企業客戶量身打造客製行程，以小旅行、導覽、兒童教育等多樣服務型態，滿足企業員工旅行、教育訓練、Teambuilding、ESG/CSR、志工服務、品牌在地關係經營等需求，並使參與者認識文化資產、食農、水資源等議題，及促進地方永續發展。

島內積極建立以地方文化為基礎的永續旅行平台，與臺灣各地方創生團隊合作，持續為重視價值與意義的影響力客戶，提供兼顧商業利益及文化資產保存、生態環境保護的獨特旅遊體驗或商品。歷年已在全台接待超過 80,000 人次收費導覽、設計超過 400 條文化導覽及小旅行路線，合作 300 位以上各專業領域導覽員及地方創生團隊，讓永續旅遊的路上有更多選擇。



ESG 永續旅行方案



地方創生顧問



教育交流活動

眾樂樂

TYPE. 打開社創大格局



SOCIAL
INNOVATION
PRODUCTS AND
SERVICES
PROCUREMENT



Public







阿龜微氣候


致力於農業在這個時代的挑戰。

微氣候係指地點特有的環境資訊，由於缺乏氣候數據、種植數據紀錄，農民調整種植模式的時間週期很長，未能快速反應控制風險。阿龜研發適用於農業的物聯網設備、雲端服務、AI 模型，結合農業專家的研究見解，提供農民對抗氣候變遷的輔助工具，為日益陌生的氣候環境提供有力的對抗工具，並讓臺灣農藝能夠躍上世界舞台。

阿龜微氣候由服務農業客戶管理旗下田區著手，提出應對氣候變遷帶來的缺水、炎熱以及缺工問題解決方案，由數據可視化提升效率、以及大量工作的追蹤與檢討為方向，創造產量、品質的提升以及損失的減少。將台灣的農業服務科技，推廣至全世界，陪伴農業面對當代的挑戰。

2  消除飢餓 以農業數據提高農產品產量和品質 降低生產浪費，消除飢餓

11  永續城市 提高農產品品質和種植效率 保護土地生態並促進城市永續發展

13  氣候行動 透過智慧灌溉，保護水資源與土壤 為氣候行動，促進農業永續



在氣候變遷之下 讓數據科技釋放 農人勞力、翻轉糧食危機

民以食為天，一切對糧食危機的對策，終究都要回到農業。

而在台灣，因為耕地零碎，小農規模為主流；

如遇天災，產能的動盪、或應變速度的不及，都是「不意外的意外」。

「農人普遍仰賴經驗的累積傳承，但是在氣候變遷的挑戰之下，要農人掌握下一年的微氣候發展，實在是強人所難。」阿龜微氣候（蜂巢數據科技）的共同創辦人盧安邦說，「阿龜」這名字，正取自農業的英文“Agri” culture。

人人皆曾聽聞大數據能如何運用在行銷領域、預測消費者行為；那麼如果累積足夠多的氣候數據，可想而知，也能洞察出氣候變遷的細微軌跡。阿龜微氣候用「氣候數據」，幫助農人了解怎麼去因應變化、提高產能，不但直接減少從灌溉到施肥需要投入的成本，更讓「靠天吃飯」的農人大幅減低欠收風險。

改寫職業刻板印象，農人用腦需比用手更多

「未來的農夫，應該是數據判讀的專家。」阿龜微氣候運用 IoT 物聯網蒐集農地資訊，光是「缺水」一項議題，就能一口氣掌握溼度、降雨速率、日降雨量諸多數據，分析適合灌溉的時機，再連網自動開啟灌溉設備，大幅降低農業用水的支出成本、還有「巡田水」耗費的時間成本。在花蓮的有機文旦園，灌溉水量減省了 97.5%，A 級品與規格品數量也分別提升 20% 及 30%。

2023 年，是 AI 角色定位最被熱議的一年；對阿龜微氣候來說，「把累的事情交給科技，農夫的時間和體力都被釋放，就能處理更大面積的耕地，研究更全局的議題。」「務農」這個職業，也會有更大的尊嚴與成就感。



全球暖化下，農食生產改革是國際級議題

從國家的角度來說，糧食過度仰賴進口不是好事，因此提昇台灣農業的競爭力是必須。從全球的角度來看，全球暖化不分國界都需面對，能夠洞察氣候變遷的農業數據模型，更是命脈。

「因為暖化，連溫帶國家也漸漸可以開始種熱帶水果了。有些葡萄酒廠，因為發現果實風味的變化，也必須去尋覓下一塊產地應該落腳何方。」

無論是替作物尋找適合產地、還是替產地尋找最速配的作物品種，都是阿龜的數據模型可以著力的點，成為農人的最強外掛。

文字 / 陳好寧

攝影 / 謝葉霖

有責私推：

除了農企業、農會可以直接運用阿龜微氣候的服務方案，所有深怕吃不飽餓肚子、關心糧食議題（SDGs 第 2 項）的夥伴，都能從阿龜的數據之眼，找到人類的氣候變遷應對之道！

蜂巢數據科技股份有限公司
郭于涵 | 營運管理
0917-839-249
kuoyuhan@beehivedt.com



一起相信改變的可能

- 3** 健康與福祉 協辦史丹佛長壽設計競賽推動安老合作慈濟及康健推廣熟齡社會參與
- 11** 永續城市 媒合產官學多方單位進行設計賦能產出農業 / 社區 / 社福領域創新方案
- 17** 全球夥伴 成立「五台聚 ActionLab」等據點串聯台灣各區域各組織的永續設計



社計行動股份有限公司
呂承慧 | 總監
0912-288-486
phoebe@dreamvok.com



5% Design Action
社會設計平台

5% Design Action 致力於成為「全球社會共創及設計中心」，以服務設計方法為基礎，扮演跨領域合作與創新的關鍵驅動角色；促使企業 / 組織在內部尚無建立 ESG、研發、設計部門時，啟動並快速提升創新設計與社會創新的能量、共享開放平台知識與資源，促進全球更人性化、更有效及更永續的整體解決方案出現。

5% Design Action 串連世界上各個角落的「設計行動家 (Action Designers)」；讓設計師與業界專業人士投入少數 (5%) 時間貢獻專業與技能，與 NGO/NPO、公 / 私部門一同進行社會設計。

成立以來已有超過 7000 位設計師和專業人士投入，發起與製作超過 27 次大型專案設計行動、活動與議題特展，與超過 200 家非營利、企業、公部門合作，議題橫跨教育、健康、環境、經濟四大類。透過設計力，期待讓社會更好。



地球解方



ECOCO 循環經濟

凡立橙股份有限公司
陳怡綸 | 專案經理
0987-677-910
josie@ecocogroup.com



Have Fun Working for Our Home Earth!

- 11** 永續城市 妥善處理廢棄物減少都市對環境的有害影響
- 12** 責任消費與生產 透過預防、減量、回收與再使用大幅減少廢棄物的產生

減塑、減量、零廢棄是循環經濟的實現理念與目標，但要如何讓每個人都有感且身體力行是一個重要且困難的課題。ECOCO 從家鄉台南出發，以輕鬆、有趣的方式推動環保行動。

ECOCO = ECO (環境) COin (貨幣)。從日常生活中常見的寶特瓶、鋁罐及手搖塑膠杯出發，ECOCO 推出智慧回收機，投瓶後可在 APP 獲得生活中常用品項之折價券，例如合作通路的生活日用品或飲品等。APP 內還有競賽模式，用戶可組隊投瓶獲得更多獎勵，或是單週單月排行榜等機制，藉此影響更多族群建立正確資收觀念、投入環保習慣。

ECOCO 收瓶機自 2018 年進入臺灣市場，已收到近 3000 萬隻空瓶罐，總使用人次超過 72 萬次，目前每台設備平均每天可收 2~3000 支，是臺灣目前最高效的自動回收系統。2020 年 3 月更推出自動電池回收機。不浪費地球寶貴的資源，讓資源進入循環系統，達到資源永續、有效回收之目的。



ECOCO 智慧收瓶機



ECOCO 威弟智慧收瓶機



ECOCO 智慧電池回收機



iGoods 愛物資

用物連結彼此，讓愛真實傳遞

- 1** 消除貧窮 累積近 10 萬人弱勢族群獲得物資幫助改善生活及擁有公平上學權利
- 11** 永續城市 促進閒置資源流動，有效減少環境廢棄物，實現物盡其用與友善環境
- 12** 責任消費與生產 透過捐贈交換等物資永續整合服務累積 60 萬件物品延長物品壽命



IMPACT HUB Taipei

Make Impact Happen

- 4** 教育品質 辦理多場 SDGs 工作坊及培力課程並與企業、學校合辦實習計畫
- 8** 就業與經濟成長 經營共同工作空間及辦理孵化與加速計畫，支持社會目的性團隊穩定成長
- 17** 全球夥伴 在創造商業價值的同時，透過跨域、跨國、跨部門的方式，連結各方夥伴，推動社會影響力

iGoods 愛物資

艾谷思享創股份有限公司
 邱瓊瑜 | 共同創辦人暨營運長
 02-2301-7184
 ianita@igoods.com.tw



Impact Hub Taipei

台灣好室有限公司
 周怡君 | 資深經理
 02-2700-3665
 emily.chou@impacthub.net



「iGoods 愛物資」透過科技應用與智慧媒合，建置開放與信任的物資永續應用服務平台，針對個人或企業客戶，提供物資永續解決方案、ESG 策略執行與行銷策展服務。

近年來大部分民眾樂於分享閒置物品給社福單位，但因傳統物資募集資訊的不對稱不即時，民眾找尋物資捐贈單位並不容易；甚至會因錯誤資訊而將對方並不需要的物資直接寄出，反而造成受贈單位的倉儲處理負擔。物資資源大力集中單一單位（分配不均）以及二次浪費的情況，是 iGoods 愛物資欲透過科技創新所解決的社會問題。

iGoods 愛物資透以資訊平台為媒介，提供精確而即時的物資需求資訊，搭建起物資循環生態圈。透過便捷的物資分享，讓受贈單位獲得需要的資源、讓捐贈者更有滿足感、企業捐贈者更因物資捐贈而善盡社會企業責任，達到良好公益形象。

Impact Hub 是由各個在地空間所串連而成的全球網絡，扮演著社會創新實驗室、孵化器和社群中心等多元的角色，更是一個提供會員各種資源、靈感、合作機會與擴大社會影響力的獨特生態系統。

Impact Hub 藉由老屋改造，提供社會企業、非營利組織與新創團隊一個舒適的工作空間，打造共好共創的影響力社群。與大型企業及基金會合作，開創社會創新孵化與加速計畫，陪伴並培力許多社會創新組織，提升其策略性成長思維，協助建構永續的營運模式。亦透過各式教育活動、創新倡議行動和巡迴策展，埋下一顆顆永續意識的種子。並善盡國際平台的角色，促使許多國際計畫在臺灣落地，為臺灣社會創新生態圈搭建起國際合作的橋樑。

Impact Hub Taipei 亦提供企業永續顧問服務，根據企業夥伴的願景使命及核心能力，提供整合性的永續解決方案，擴大影響力實踐。



物資永續應用



ESG 策略實踐



公益串聯策展



企業 ESG 永續專案



B 型企業顧問服務



永續發展目標工作坊



鄉間永續需要科技解方

- 6** 淨水與衛生
廢棄物處理量體：138,759 L
沼液沼渣轉化之肥料量體：412 kg
- 12** 責任消費與生產
累計科技管理的農田面積：20 甲
農業 / 園藝資材培養量：400 L 以上
- 15** 陸地生態
總無毒米生產及售出量：3,635 kg
總減藥栽培作物售出量：1,771 kg



剩食綠色循環服務與 永續優良蛋白質的生產者

- 12** 責任消費與生產
兩年處理超過 210 噸有機廢棄物
轉為 70 噸昆蟲蛋白、84 噸有機肥
- 13** 氣候行動
生物處理法相較於傳統的廚餘焚化
可減少超過 121 噸的年碳排放量
- 14** 海洋生態
以昆蟲蛋白添加於飼料取代魚粉
舒緩漁業資源耗竭速度

元沛農坊

沃敵股份有限公司
林儀嘉 | 營運長
0972-249-915
yichia.lin@agriforward.co



巨獸綠色科技

巨獸綠色科技有限公司
陳重宇 | 執行長
0911-019-589
service@monsterbiotech.com.tw



元沛農坊是第一個以科學方法升級初級產業管理的社會企業。透過科學的方法、食物設計以及環境倡議，解決人與環境的衝突。並以 5R 原則：Redesign（再設計）、Reduce（減少製造）、Recycle（循環）、Recovery（環境恢復）、Resilience（環境韌性），解決農畜業汙染以及管理的問題。

藉由引入智慧農業技術，包含 IoT 物聯網技術及長期在初級產業的經驗，協助生產者從源頭進行智慧化管理與責任生產。例如協助畜牧業者在廢水處理過程中引入智慧馬達控制系統與光合菌，不只降解異味物質，也能兼備養液澆灌價值，榮獲日本設計循環經濟 crQlr Awards 等國內外大獎肯定。除了畜牧業者，元沛農坊的技術服務亦能協助農園及溫室管理。透過機電整合技術，能遠端管理與維護設備，不僅能長期降低管理成本，也能同時提高溫室氣體盤查所需的數據搜集。

全球都面臨這樣的有機廢棄物處理議題，剩食量指數型的成長，加上焚化爐、堆肥場量能不足，導致處理成本升高，非法傾倒更是不斷發生。

巨獸綠色科技利用「黑水虻」轉化廚餘剩食等有機廢棄物，縮減本來掩埋法的溫室氣體排放降至四十九分之一；再轉為可以再利用的優質蛋白質與肥料，減少養殖畜牧產業之中飼料需求對海洋造成的過度捕撈，達到完美的綠色循環。透過黑水虻這小小的昆蟲，同時解決兩項重要的環境議題「有機廢棄物處理問題」、「過度捕撈所導致的海洋資源危機」。

巨獸綠色科技生物處理基地，也是臺灣第一個大型生物處理工廠，持續擴大處理量能，2022 年處理超過 210,000kg 有機廢棄物（豆渣），並有效轉化 70000kg 昆蟲蛋白與 84000kg 有機肥料，減少超過 121 噸的溫室氣體排放。



AIoT 智慧控制系統



有機廢棄物永續處理服務



昆蟲蛋白

好盒器

以循環取代拋棄
實現城市零廢棄

11 永續城市
將循環容器導入 6 種不同通路
協助全台 8 城市推動循環杯服務

12 責任消費與生產
減少超過 240,000 個一次性容器



老玩客 Let We Care

高齡友善設計最專業的顧問

- 3** 健康與福祉
辦理 362 場長者健康促進課程
2022 年共計觸及 6,411 長者人次
- 8** 就業與經濟成長
培訓 122 人中高齡就業促進課程
實際雇用 7 名長者
- 10** 減少不平等
合作 15 個單位執行高齡友善設計
演講高齡友善設計經驗達 55 場

好盒器

人嶼物股份有限公司
羅云婕 | 專案經理
0987-355-580
lolo@goodtogo.tw



老玩客

老玩客股份有限公司
洪瑜珮 | 財務長
03-562-1530
service@letwecare.com



過去若要減少外帶餐飲的一次性包裝，僅能被動的仰賴消費者自備容器。好盒器循環容器串聯多類型餐飲店舖提供可重複使用的外帶飲料杯及餐盒，讓民眾在購買餐飲時，就可借出容器盛裝；使用完畢後，再歸還到任一合作店舖或自助歸還站，讓外帶餐飲多一種零廢棄的選擇。

為確保食品衛生安全，每一個循環容器皆交由符合衛福部餐具洗淨流程的清洗夥伴專業處理，並定期委 SGS 檢驗。每個容器都有專屬 ID，透過數位化管理可即時查看容器動向及各店舖容器庫存，以利流通最佳化；會員也可看到借還紀錄及自己每一次行動的環境影響力。

為打造便利的借還網絡，好盒器邀請民眾、企業、地方組織、政府共同參與，成為促進循環流通的角色之一，包括：借出及歸還通路、物流夥伴、清洗消毒夥伴、贊助者...等，一同建置封閉的容器循環體系，以循環取代拋棄，一起幫未來換個容器。

已是高齡社會的臺灣，將在 2025 年邁入超高齡社會。資源大多投注於急需醫療、照護需求之失能失智長者，卻鮮少關注佔高齡人口 80% 之健康長者，導致健康高齡長者之生活缺乏重視，連帶加速退化。常見的服務方案也多將健康長者定位為「被服務對象」，除埋沒長者價值與寶貴的社會資產外，也間接影響其身心健康。

老玩客聚焦於讓熟齡者再創自我價值，並在熟齡就業、職場、友善設計中實現。致力提供退休族群更多選擇、推廣高齡科學化運動訓練，讓長者找回成就感與社會參與感，保持健康。

老玩客亦協助政府及企業單位，設計符合高齡者生活與心理需求之創新服務，包括規畫舉辦高齡關懷活動、建置經營高齡友善創新空間、開發在地社區長者參與企業活動。提供高齡服務顧問諮詢、教育訓練講座、高齡研究及產品或服務測試，包含熟齡健康促進、熟齡服務體驗設計、熟齡行為研究、活動規劃、老化教育等。



活動容器租借



城市日常容器循環



品牌聯名贊助



高齡就業支持服務



高齡用戶研究 / 服務設計



高齡運動與健康促進

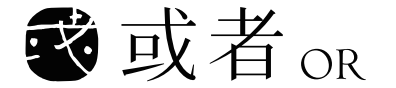


解你的渴，為地球減塑減碳

6 淨水與衛生 建構安全取得飲用水平台
串連 12,000 站免費奉茶/水據點

12 責任消費與生產 減少 111 萬塑膠瓶裝水產生

13 氣候行動 超過 23 萬人下載 app 參與日常永續行動



讓在地人驕傲，旅行者憧憬

4 教育品質 推廣閱讀、友善環境、多元文化
舉辦新書發表等活動近 180 場

8 就業與經濟成長 在人文、社會、藝術設計專業領域
創造超過 60 個相關的工作機會

12 責任消費與生產 合作近 50 位產銷履歷小農供應商
餐飲食材有 80% 來自友善栽植

奉茶行動

原點社會企業股份有限公司
黃曉程 | 執行長
0926-289-818
naturemore2050@gmail.com



或者

鴻梅文創志業股份有限公司
朱逸恆 | 研發副總經理
0912-545-750
yiherngchu@gmail.com



奉茶行動相信經濟成長與環境生態能共同永續發展，邁向資源脫鉤的循環經濟發展模式，推動生產者「產品服務化」，消費者「以使用代替擁有」的文化。

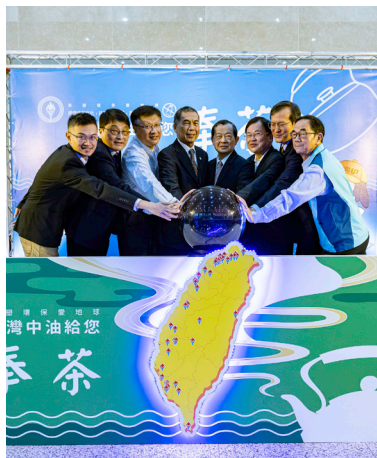
臺灣每年製造 56 億瓶塑膠瓶，其中有 10 億是瓶裝水；而瓶裝水製造過程消耗掉 10 公升的水及 250 毫升的石油，從使用到丟棄不超過一小時。2020 年從倡議到行動，推出「奉茶行動」，點出「我們要喝水，而不是要擁有塑膠瓶」，並藉由眾人之事、眾人助之的核心，凝聚分散社會的涓涓能量。

2021/2022 年串連 1 萬 2 千站免費奉茶（水）據點，超過 23 萬人次下載，減少 111 萬塑膠瓶裝水，減少 103 公噸二氧化碳排放。用資通訊科技推動循環經濟，邁向經濟成長與環境生態雙贏的永續發展。

或者，是鴻梅文創以大新竹地區為起點，打造的社會企業和文化品牌。透過大新竹地區在地文化內容的深掘和文化資源的整合，勾勒有質感的在地幸福生活樣貌。

初期以「文化再現平台」為定位，圍繞為期 10 年的「分散式美術館計畫」，從常民文化生活的需求出發，以「或者」為品牌名、「連鎖不複製」打造 8-10 個書店、餐飲、選品、旅宿、Cafe、影院、或餐酒館等等的人文美學空間。近期漸向「文化生產者」的角色靠攏，以虛實融合 /OMO 精神，啟動自有品牌商品開發和電子商務建置的新商模，將或者想要傳遞的價值主張和生活想像，無遠弗屆地傳遞出去，同時也積極帶動新竹在地創作者、職人和文化風土特性透過平台拓展。

秉持「落實文化平權、提升生活質感、促進社會共融」的初衷，鴻梅文創深耕新竹在地，期待成為以企業經營的量能與宏觀來做中長程思索和佈局的文創團隊，藉由在地蹲點，目標落實「讓在地人驕傲、旅行者憧憬」的企業願景。



ESG 專案整合服務



影響力奉茶站



戶外活動無痕飲水服務



或者安醬



或者蔬食冷凍料理包



或者咖啡

BUYING POWER



BUYING
POWER
2023

SOCIAL INNOVATION PRODUCTS AND SERVICES PROCUREMENT