



歐萊德
自然純淨髮妝
Green Hair Care

全球最綠的髮妝產品就在台灣！

百分百台灣設計、台灣製造的歐萊德，是國內專業髮品市場上第一品牌。

歐萊德致力帶給人們自然、純淨的綠色產品，更重要的是讓人們與自然能和諧共處，從研發、設計、包裝到出貨都堅持做到對環境承諾，使用大豆油墨印刷、環保再生紙、歐盟認證 ECOCERT 有機起泡成分及生物可分解提袋...等等，在所有小細節都以對環境友善及重複再利用為原則。從採購、原料、設計、生產、運送、使用到回收，每個環節對環境的衝擊都必須降到最低，在我們享受美麗生活的同時，也為地球盡一份心，永續更美、更好的未來。

O' right 綠色髮妝品牌催生者葛望平總經理，本身是極敏感體質並常為過敏病症所苦。為使身體健康，不斷尋找天然成分改進產品，立志改變被化學成分圍繞的生活和環境。

2002 年創建歐萊德公司時，葛總經理的父母因腎臟病及癌症於同年相繼過世，於是發願，要幫助人們遠離有毒重金屬與化學物質的危害，決心要將化妝品事業朝綠色有機發展。

於 2006 年 9 月確定 O' right 綠色品牌發展方向，秉持為健康把關與友善對待地球環境的使命，以「自然、純淨、環保」為理念，「更美、更好」為願景，盼能為環境播下綠色種子，永續美好生活。

「歐萊德自然純淨髮妝」因而誕生。

O'right 歐萊德是台灣唯一從行銷、設計、研發、製造、銷售、服務，一條龍作業，貫徹「自然、純淨、環保」品牌精神的環保髮妝公司。自 2002 年 3 月成立至今，生產銷售包括洗髮精、護髮素、造型品、沐浴乳、專業燙髮液、染膏等系列商品，堅持以純淨有機的綠茶、烏龍茶等台灣味濃厚的天然植物做為基底，展現台灣獨特品味，生產對於環境零負擔的綠色產品。主要透過專業美髮沙龍通路銷售，目前在全台灣有十家分公司，並擁有超過七千家客戶，市佔率第一名。



全球第一瓶「零碳」洗髮精來自於 MIT 綠色髮妝第一品牌

歐萊德正式向國人宣告「400ml 綠茶洗髮精」達成產品碳中和，為國內中小企業第一家，更是全球第一瓶「零碳」洗髮精。

歐萊德依循英國標準協會(BSI)的 PAS 2060:2010 規範，啟動產品碳中和計畫，2011 年 11 月正式宣告達成全球第一瓶「零碳」洗髮精。

歐萊德是台灣第一批碳足跡標籤受證廠商，一直致力於開發環保減碳綠色產品，為溫室氣體減量工作多貢獻一份心力，讓我們享受美麗生活的同時，也為地球盡一份心，永續更美、更好的未來。



歐萊德的綠色極致「瓶中樹」與「花草盒」

真是太神奇了！全球首創第一瓶會長樹的洗髮精

歐萊德創新設計能生物分解的環保洗髮精「瓶中樹」

從瓶蓋、瓶身及種子槽皆採用生物可分解材質，使用完畢後掩埋在適當的環境下，可於一年左右經生物分解成二氧化碳及水，回歸自然，大量減少產品在使用及回收時產生的能源消耗，不造成環境負擔，瓶底隱藏著「相思樹」種子，瓶身分解後可長成一棵樹，為地球製造新氧氣。



全球最綠包裝盒，賦予包裝盒嶄新生命力

歐萊德創新包裝設計---「花草盒」

使用源自負責任的 FSC 全球最高森林資源認證紙材，採大豆環保油墨印刷，無毒、無污染，不破壞自然環境。內嵌取自台灣埔里特產茭白筍殼與甘蔗渣農作剩餘物回收再利用物，生產手作種子紙，將紙盒直接埋入土中，澆水栽種，就可以長出一朵花、一棵菜，或其他花草植物等，讓種子回歸大地發芽成長，賦予包裝盒嶄新生命力。



歐萊德創新研發節能減碳的綠色產品「瓶中樹」、「花草盒」，

訴求綠色環保製程與生態永續，為了真正達到「無廢棄」且能「循環利用」的目標，將從垃圾減量的『工業循環』，提升到『生物循環』層次。

歐萊德永續設計～台灣竹系列

2012 年，歐萊德邁入 10 週年，推出永續設計

歐萊德 10 週年，推出更具台灣特色的新綠永續設計，以台灣南投竹山孟宗竹設計，推出「台灣竹系列」產品。

「竹」是能永續經營的環保自然資源，竹林的吸碳量和釋氧量比森林多 35%，茂盛的竹林更是最佳的自然調溫器。竹子生長快速，短短兩三個月即迅速發育，年年出筍長竹，四年即可採收，有計畫的採收竹林，能促其循環再生，增加經濟效益。歐萊德「台灣竹」永續設計，讓竹子生命，繼續感動延伸。



友善地球的歐萊德致力於創新綠色產品，讓原料和包裝都符合自然、純淨的理念。這次選用南投竹山的「孟宗竹」，融合台灣在地元素、與竹子堅柔並續的特性，製成擁有細緻優雅質感的「台灣竹」系列產品，保留竹片天然的色澤、細膩的紋理、精緻的質地，從採收、裁切、修整，皆懷著對自然的崇敬和感念的心情用心製作；藉由與竹山鎮的合作，不但能帶動當地發展，更將傳承數十年的手工藝與綠色時尚設計結合，創造綠色新價值。竹子正直、美善力量，就像歐萊德友善對待地球和客戶的堅持，希望每個擁有「台灣竹」系列產品的人，都能感受到歐萊德始終如一的付出與用心，更希望每個人能重複使用「台灣竹」永續設計，做一件對的事，讓地球更美更好。。

台灣第一座低碳、節能、環保「綠建築 GMP 總部」

以低碳、節能、環保為概念的歐萊德「綠建築 GMP 總部」，將是歐萊德發展「綠色產業」的重要里程碑，2012 年完工後，將成為台灣綠色環保廠房的指標性建築，更為台灣環保行動開創歷史新頁。

符合生態、節能、減廢、健康概念的綠建築總部，位於海拔 300 公尺，配合自然地理特性設計，外觀樸實但時尚，通風明亮、寬敞舒適，與自然結合的環保設計，預估一年可以有三個季節不需使用

空調設備。使用 100% 潔淨能源「風力」與「太陽能」自主發電來供應辦公廠房與產品製造，環保節能。未來歐萊德的綠色產品亦將於高規格之無塵室中製造生產，達到最自然、純淨、零污染的狀態。並設計水循環利用讓資源再生，以達到碳中和目標。

歐萊德除了堅持環保價值的具體實踐外，更注重對當地居民與土地付出關愛，開放式無圍牆設計，回饋當地居民，使其多了一處體驗大自然的綠色公園，創造民眾與環境共生共存、共榮共享的永續價值，再再堅持環保與生生不息的理念，開創綠色、健康、永續的工作環境，象徵一份對地球的關愛，更為業界樹立節能減碳楷模典範，帶動綠色風潮。



國家級獎項肯定歐萊德

歐萊德在綠色環保上的努力，近年來更是獲獎不斷，頻頻獲得國家級獎項的肯定。

2009年 榮獲經濟部[台灣優良品牌]

2010年 成為全國第一家取得環保署「產品碳足跡」標籤認證美髮產品的中小企業，

目前擁有綠茶洗髮精 400ml、1000ml、與專業白茶護髮包等三項碳足跡標籤認證商品。

2011年 獲選為環保署「產品碳中和試行計畫」執行示範廠商。

歐萊德 400ml 綠茶洗髮精成為全球第一支環保署與英國標準協會(BSI) 見證，宣告達成「碳中和」的洗髮精。

榮獲《數位時代》舉辦「2011 綠色品牌大調查」日常生活用品類之優選(化粧品品牌第一名)、

獲選為經濟部中小企業處主辦「2011 台灣中小企業優良 CSR」企業

獲得經濟部國際貿易局第一屆「台灣綠色典範獎」

榮獲第三屆學學獎綠色環保產業組特別獎

經濟部工業局 2011「金點設計標章」

經濟部工業局「2011 台灣創新企業」百強

2011年5月 受邀參與於美國舉行的 APEC 中小企業會議，為與會的台灣中小企業代表之一，

成功分享來自台灣的綠色奇蹟，名揚國際。



2009年 榮獲經濟部[台灣優良品牌]

2010年 成為全國第一家取得環保署「產品碳足跡」標籤認證美髮產品的中小企業，

目前擁有綠茶洗髮精 400ml、1000ml、與專業白茶護髮包等三項碳足跡標籤認證商品。

2011年 獲選為環保署「產品碳中和試行計畫」執行示範廠商。

歐萊德 400ml 綠茶洗髮精成為全球第一支環保署與英國標準協會(BSI) 見證，宣告達成「碳中和」的洗髮精。

榮獲《數位時代》舉辦「2011 綠色品牌大調查」日常生活用品類之優選(化粧品品牌第一名)、

獲選為經濟部中小企業處主辦「2011 台灣中小企業優良 CSR」企業

獲得經濟部國際貿易局第一屆「台灣綠色典範獎」

榮獲第三屆學學獎綠色環保產業組特別獎

經濟部工業局 2011「金點設計標章」

經濟部工業局「2011 台灣創新企業」百強

2011年5月 受邀參與於美國舉行的 APEC 中小企業會議，為與會的台灣中小企業代表之一，

成功分享來自台灣的綠色奇蹟，名揚國際。

歐萊德於2011年榮獲「台灣優良品牌」
 經濟部國際貿易局第一屆「台灣綠色典範獎」
 經濟部工業局「2011 台灣創新企業」百強



美國 PAS 2050 認證

美國 PAS 2080 認證

美國 USDA 有機認證

美國 FSC 認證

美國 FSC 認證
 美國 PAS 2050 認證
 美國 PAS 2080 認證
 美國 USDA 有機認證



更美·更好



MIT 洗髮精榮登 APEC 舞台 歐萊德綠色奇蹟名揚國際

一瓶洗髮精的成功案例，讓台灣在 APEC 的國際舞台上發光發熱了！

歐萊德總經理葛望平帶著 MIT 台灣設計、台灣製造的綠色髮妝產品，受邀參與美國蒙大拿州 Big Sky 市舉行的 2011APEC 中小企業會議(APEC SME Ministerial and Related Meetings)，年輕熱情的歐萊德工作團隊以自製動畫短片簡報驚艷全場，在嚴肅的會議上用獨特輕鬆的方式，引發熱烈掌聲與討論，成功分享來自台灣的綠色奇蹟，名揚國際。



「綠色」是歐萊德和其他髮妝同業最大的「差異化」所在；而歐萊德獨樹一格的「綠品牌精神」，也是歐萊德能成功行銷並迅速成為市場亮點的關鍵。

以競爭激烈的國際髮妝品市場來說，歐萊德自然純淨的環保綠形象，就和目前市場上強調時尚奢華的主流形象明顯不同。髮妝品同業每年要推新品時，都是透過辦秀、辦趴 (party) 的娛樂方式推銷產品；歐萊德卻選擇在全台灣各大城市舉辦了 10 場「看見新一代綠沙龍」環保講座，邀請客戶一起參與，告訴他們怎樣做才能讓髮廊節能減碳、省成本，邀請沙龍一同參與綠色承諾，以贊助並舉辦環保影片播映，舉辦環保公益推廣等方式，取得客戶廠商的認同，獲得客戶廣大迴響。



歐萊德的「綠」，是做到「從內到外」統統綠化，不僅從設計、研發階段開始落實綠色思維，還積極說服組織內部員工與供應鏈廠商一起綠化。歐萊德從取得產品「碳足跡標籤」到宣告達成「碳中和」，以綠色產品、綠色服務、落實 CSR，進行供應商與組織內部高度貫穿整合，打造一個深具競爭力的「綠色供應鏈」。因強調自身與同業之品牌差異，而成為客戶必然保留的產品。

歐萊德持續朝綠色低碳創新努力，從營運的各個層面貫徹綠色精神，並以綠色環保策略走出產品差異化與獨特品牌價值的作法，行銷活動也以環境保護與關懷下一代為主軸，因此獲得廣大媒體大幅報導，成功達到歐萊德的綠色行銷，也讓歐萊德成功創造了髮妝品市場的藍海商機。



兩黨主席馬英九↑蔡英文→皆為歐萊德產品牌簽名



MIT 洗髮精風靡全球，2011 年上半年銷售量較去年同期成長 221%

現在包括美國紐約與義大利米蘭、荷蘭阿姆斯特丹、比利時、盧森堡、立陶宛、烏克蘭等歐美大城市，以及中國、新加坡、馬來西亞、泰國等亞洲國家，都可以買得到歐萊德的产品。

歐萊德以最環保、純淨、天然的产品，與目前世界市場上出現將近 200 個相似競爭者品牌做出區隔，當國際品牌強調時尚奢華、或只有部分內容訴求環保之際，歐萊德卻是唯一以綠色環保貫徹品牌精神，創造貫穿供應鏈的綠色創新產品。

歐萊德於 2006 年成立國際部，積極拓展外銷機會，透過國際專業展覽(義大利波隆那美髮展與中國廣州美博會)、網路搜尋開發、競爭同業國外代理商開發、駐外經貿辦事處諮詢、多國語言網頁建置，積極找尋國外客戶。2010 年真正開始積極拓展海外市場，除新加坡、馬來西亞，銷售量持續成長，2010 年年底已成功於美國紐約上市，2011 年四月更於義大利、泰國開始銷售。

在歐美市場上，要和強勁的國際髮妝品牌競爭，絕不是件容易的事；但歐萊德以「綠色創新產品」切入市場，較原有以時尚奢華為主流之眾多品牌，形成明顯差異；且與社會興起環保意識，綠色消費輿論相互輝映，所以能在被歐美品牌佔優勢之美妝市場，獲得顧客認同，逐漸在國際市場上受到矚目。



義大利波隆那展會



中國廣州美博會



我們清楚客戶需要什麼洗髮精，但是河流又期望一種什麼樣的洗髮精呢？

歐萊德相信明天重視健康的人會比今天更多，明天認同環保的人會比今天更多，提供健康、安全、信賴與樂活生活，帶給消費者終身價值。節能減碳，為地球盡一份心力，創造社會價值。給員工、給客戶、給企業、給社會...都帶來了新的價值觀。歐萊德以綠色品牌所創造綠色價值，從公司內部正面正向的價值觀，串連供應鏈的價值鏈，投入社會公益，凝聚正面向上力量，符合社會輿論與負有社會責任的綠色消費趨勢。

對於歐萊德所重視的綠色環保，不僅讓公司業績連年翻升，從 2006 年發不出薪水到 2007 年積極投入綠色創新，營業額年年成長，甚至 2008 年全球金融風暴，全球經濟衰退，然而歐萊德營業額仍能持續成長，業績還能突破 8 千萬元，年成長率達 62.1%；2011 年第一季營收已是 2007 年第一季啟動綠色創新營收時的 400%，預估今年業績將突破 2 億元，年成長率上看 40%。

歐萊德以綠色創新持續成長並行銷全球，致力帶給人們自然、純淨的綠色產品，從研發、設計、包裝到出貨都堅持做到對環境承諾，使用大豆油墨印刷、環保再生紙、歐盟認證 ECOCERT 有機起泡成分及生物可分解提袋...等等，所有小細節都以對環境友善及重複再利用為原則，展現全方位的綠色成就。以綠色創新經營模式，受邀至各大校園、政府單位及公會團體分享成功經驗，不僅鼓勵更多企業投入綠色環保，更往下紮根走進校園，讓世人對天然有機環保化妝品不深刻印象，發覺 MIT 髮妝品綠化透徹，超越國際，並將 MIT 環保化妝品產業發揚光大。歐萊德每年還固定舉辦愛心環保活動回饋社會，並將受邀演講車馬補助費用，都捐助推廣環保與公益。因此獲得國家級榮譽「台灣綠色典範獎」，成為台灣企業推動綠色工作的表率。

歐萊德要求符合健康安全與生態保護，不含環境荷爾蒙，不傷害人體健康與不破壞生態環境，堅持對生態環境的友善對待，為地球盡一份心，永續更美、更好的未來，並以此為企業永續發展之承諾。

