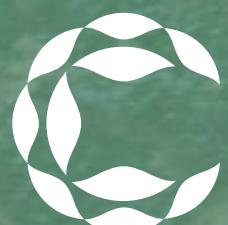




CANJUNE Sustainability Report

肯園永續報告書



CANJUNE 肯園

0

永續報告書

關於本報告書

總經理的話

肯園使命

品牌介紹

1

公司治理

商業模式

永續策略

2

員工照顧

勞雇關係

福利政策

訓練與發展

3

環境永續與社會參與

肯園永續價值供應鏈

肯園的永續價值觀

附錄：GRI 內容索引表

製作團隊

0

ABOUT THIS REPORT

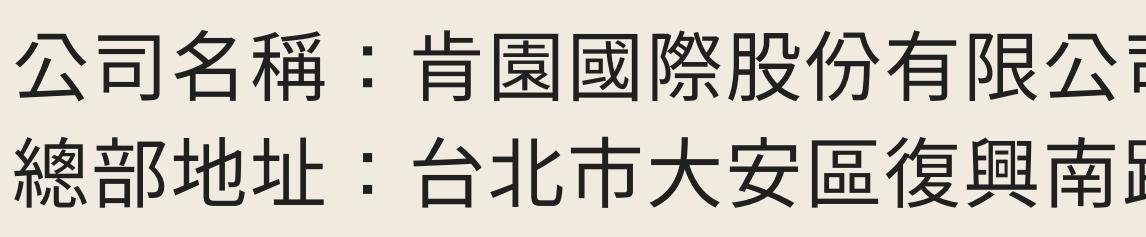
關於本報告書

[GRI 2-1](#)[GRI 2-2](#)[GRI 2-3](#)

肯園國際股份有限公司（以下簡稱：肯園）成立於 1998 年 9 月，現經營代理德國有機精油品牌 Oshadhi，並自創 ANIUS / CANJUNE 兩大自有品牌，提供消費者多元芳療應用選擇。

本報告書將揭露肯園台北辦公室，包含電子商務、國內外經銷，與實體兩大門市台北門市和平店、台東門市鬆學校，及整體公益永續行動，至 2025 年 11 月所推展的行動與影響利害關係人的價值盤點。

本報告書參考全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）之通用準則 2021（Universal Standard 2021）揭露相關指標。GRI 內容索引揭露於本報告附錄。



公司名稱：肯園國際股份有限公司

總部地址：台北市大安區復興南路 2 段 84 號 5 樓

報告書出版日期：2025 年 12 月 01 日

官方網站：www.canjune.com.tw

聯絡方式

如對報告書內容有任何建議或疑問，歡迎透過下方資訊與我們聯繫。

肯園國際股份有限公司 客服團隊

- 電話：+886-2-2708-1279
- 傳真：+886-2-2708-7795
- Email：service@canjune.com.tw



CANJUNE

YOUR AROMA INSPIRATION!



總經理的話

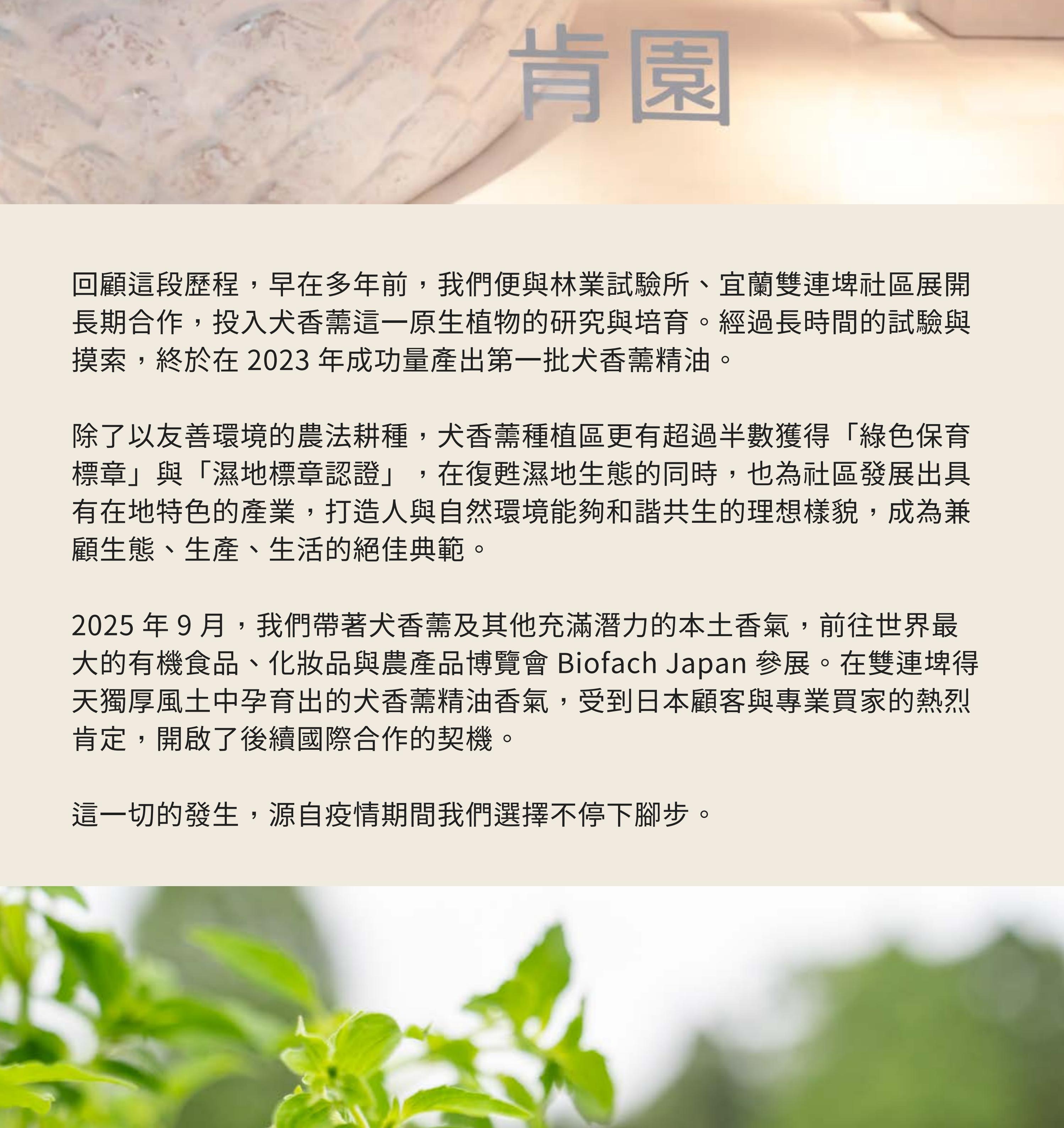
GRI 2-22

「我們看重生活的過程，尊敬自然的力量，並且身體力行。最終的目的，都是期望能影響更多人們，開始關照自己。」——《發現肯園》

您手中的這份簡報，是肯園的第一份永續報告書。

我們希望藉此完整呈現，過去 27 年來肯園在倡議自然療癒、實踐環境永續的足跡與信念。這份報告書也是一份承諾，承諾在邁向更美好世界的旅程中，我們將盡己所能，持續以香氣與療癒之力，創造更多可能。

2025 年，對肯園與本土香氣而言，是具有里程碑意義的一年。這一年，我們見證了在地原生植物從台灣走向世界舞台的重要時刻。



回顧這段歷程，早在多年前，我們便與林業試驗所、宜蘭雙連埤社區展開長期合作，投入犬香薷這一原生植物的研究與培育。經過長時間的試驗與摸索，終於在 2023 年成功量產出第一批犬香薷精油。

除了以友善環境的農法耕種，犬香薷種植區更有超過半數獲得「綠色保育標章」與「濕地標章認證」，在復甦濕地生態的同時，也為社區發展出具有在地特色的產業，打造人與自然環境能夠和諧共生的理想樣貌，成為兼顧生態、生產、生活的絕佳典範。

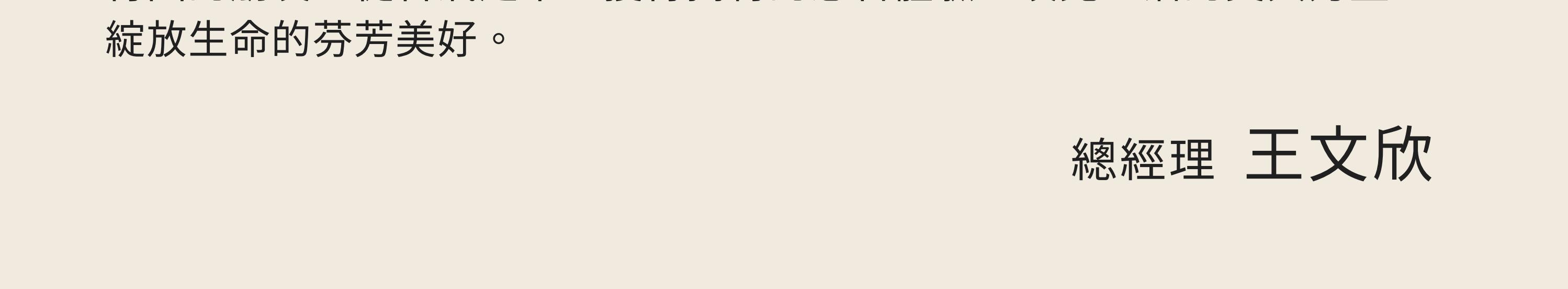
2025 年 9 月，我們帶著犬香薷及其他充滿潛力的本土香氣，前往世界最大的有機食品、化妝品與農產品博覽會 Biofach Japan 參展。在雙連埤得天獨厚風土中孕育出的犬香薷精油香氣，受到日本顧客與專業買家的熱烈肯定，開啟了後續國際合作的契機。

這一切的發生，源自疫情期間我們選擇不停下腳步。



當全世界暫停運作時，肯園把目光轉向台灣島內，重新發現土地上尚未被「聞見」的森林療癒力。創辦人溫佑君老師與屏東科技大學楊智凱老師共同創作出版《療癒之島 — 在 60 種森林香氣裡聞見台灣的力量》，並培育芳療師投入林業署的森林療癒專業訓練。目前肯園已有八位通過認證的森林療癒師，是全台擁有最多森林療癒師的企業。

這三十年來，肯園以香氣為光，探索著人們生命的多樣風景。從協助台東聖母醫院引進芳香照護資源，設計一系列長照專用油；與藝術家的跨界合作，於 25 週年推出芬蘭藝術家 Kustaa Saksi 的神話香氣掛毯展【新主神 MYTHOLOGY】；到與林試所合作「行動蒸餾車計畫」，走訪各地鄉鎮，記錄人與植物的氣味故事，再延伸為走入校園的嗅覺教育行動，多元串連療癒、美感與文化的實踐。



香氣是植物交流的語言，也可以是人類與世界對話的語言。肯園相信，香氣不僅屬於芳療領域，更能與人文、藝術、空間共振，形塑我們對生活的感知與想像。

最後，願以《發現肯園》中溫佑君老師的話語作結：「與其說這本書是一叢花，花團錦簇地炫耀自己的存在，不如說是在紮一個根。這本書將證明的是，土地裡有一段根在那裡。然後，我們會生長。」

願您在閱讀這份報告時，感受到我們持續耕耘的初心，也祝福每一位關注肯園的朋友，從香氣之中，獲得獨特的感官體驗，嗅見生活的美與力量，綻放生命的芬芳美好。

總經理 王文欣

讓香氣成為生活語言

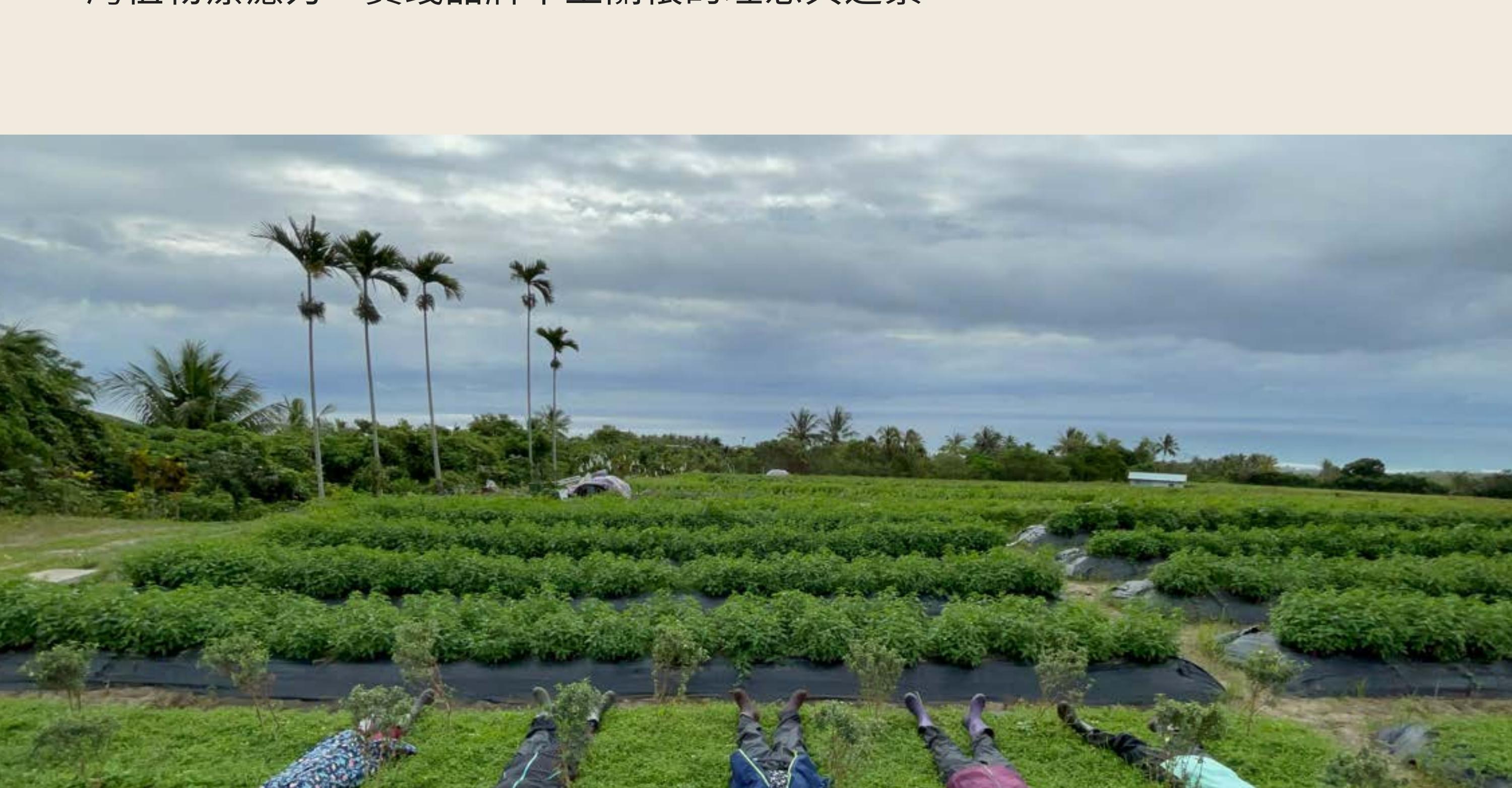
1998 年肯園創立前，芳香療法之於台灣仍屬陌生的名詞，肯園創辦人溫佑君老師，以創新行動，為台灣帶來香氣啟動的文化風格。

肯園以芳香療法教育見長，獨創以劇場概念形塑 SPA 空間，以美學、文學、哲學與藝術、旅行及深層的肢體探索來開發教育芳療師，並跨領域發展，積極與音樂、電影、攝影、繪畫、舞蹈……等領域藝術家共同創作，獨樹一格的經營模式，使肯園迅速成為芳療界的領導者。



從鼻尖到身體的美學

肯園長年代理源自德國的「Oshadhi」品牌，看重其對精油品質的高標準要求，以及全球超過 400 種植物的豐富量體。並與該品牌經營公司 Ayus 開展進一步合作，肯園自創品牌「ANIUS」，由創辦人溫佑君以多年研究與教學經驗，打造因應時代身心靈需求的複方精油與相關產品。近年並與台灣本土優質生產者合作，推出另一自有品牌「CANJUNE」，渴望讓更多人認識台灣植物療癒力，實踐品牌本土關懷的理念與遠景。



GOVERNANCE

公司治理

肯園提供高品質專業教學與產品，透過策展、跨通路品牌推廣、公益行動支持，倡議永續價值。

商業模式 BUSINESS MODEL

GRI 2-6

肯園的商業模式透過創新的教學、產品開發、永續行動及消費者溝通，持續與消費者和土地對話。品牌底蘊累積超過 27 年，肯園也隨時代演進，芳香療法教學從最早線下教育，到目前線上下教學並重。身體療癒工作走出單一房間，帶著更多人前往戶外，感受最原始的大自然。

肯園經營模式改變之路

	Before	After
芳香療法教育	線下、實體教學	線上下教學並重
芳療師定位	身體SPA療程	森林療癒，走進大自然
產品定位	引進世界各地優質精油	提倡台灣植物療癒力，期望走向世界

2025年事業版圖概況



永續策略SUSTAINABILITY STRATEGY

GRI 2-22

肯園長期目標為淨零碳排放（Net Zero 2030），以此呼籲上下游供應鏈能同步邁進，2025 年起遵循衛福部食品藥物管理署（TFDA）推動新制一PIF（Product Information File，產品資訊檔案），更透明化產品的全部成分、製造過程、製造工廠的品質標準證明，以及各成分的安全性試驗數據等多項試驗數據，使消費者更信任肯園產品品質。





EMPLOYEE CARE

員工照顧

肯園相信，潛藏在植物與身體深處的能量與美感，是我們要探索的本質。使每位在此工作者，找到自己的獨特性與發揮天賦。

2015 年即實施週休三日與彈性工時、允許遠距工作制度，使員工在工作與生活間取得更多平衡，也能獲得充分休息品質。

勞雇關係

GRI 2-7 GRI 2-9 GRI 2-19

團隊組成

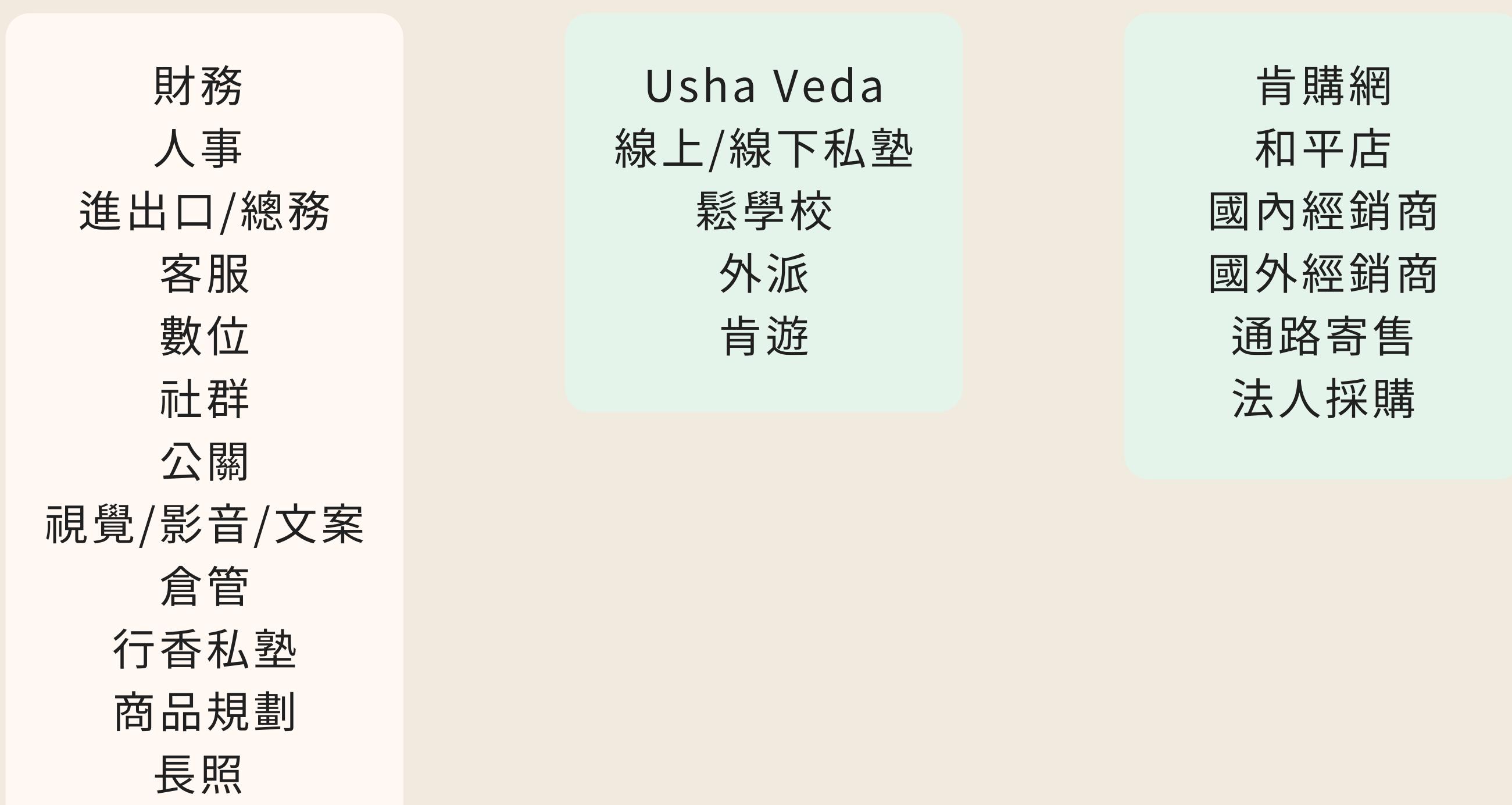
截至 2025 年 11 月，肯園共有 42 位正職，含一名育嬰留停夥伴。工作地點涵蓋台北辦公室、兩家門市、台東合作實驗農場。肯園彈性工時與不限工作地點的政策，友善每一位員工可以自我組成理想工作型態，並也使肯園於 COVID-19 疫情三級警戒期間，得以快速調整隊形因應時局變化，達成業績成長。

性 別	女 性	男 性
人 數	38	4
年 齡	人 數	
30-40	20	
40-50	8	
50-60	11	
60以上	3	

年 齡	人 數
30-40	20
40-50	8
50-60	11
60以上	3

組織架構

肯園重視個體化，盼以平行模式使團隊協力合作，故管理階層極簡化，此有助於決策與行動快速推進，每一單位皆能在對等位置上理性溝通，達成團隊最佳化共識。





週休三日 - 2015年起實施

「一年減少約 336 小時工時」，至今已走過 10 年。員工作生產力並未如工縮短等比下降，更有餘裕的休息時間，使員工激發更多創造力，完成如大品牌策展，與藝文團體跨界合作等大型專案。同時，員工也能兼顧人生各段自我實現需求。

A close-up, low-angle shot looking up through the branches of a large tree against a bright, clear sky. The branches are dark and silhouetted against the light blue sky. The leaves are visible as dark, textured shapes.

A photograph showing two people sleeping on a large, light-colored wooden deck. They are lying on their backs, facing each other. The person on the left is wearing a light-colored long-sleeved shirt and dark pants. The person on the right is wearing a patterned shirt and dark pants. They are both wearing glasses and appear to be resting. In the background, there is a dense forest of tall, thin trees.



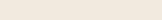
蔡阿姨已

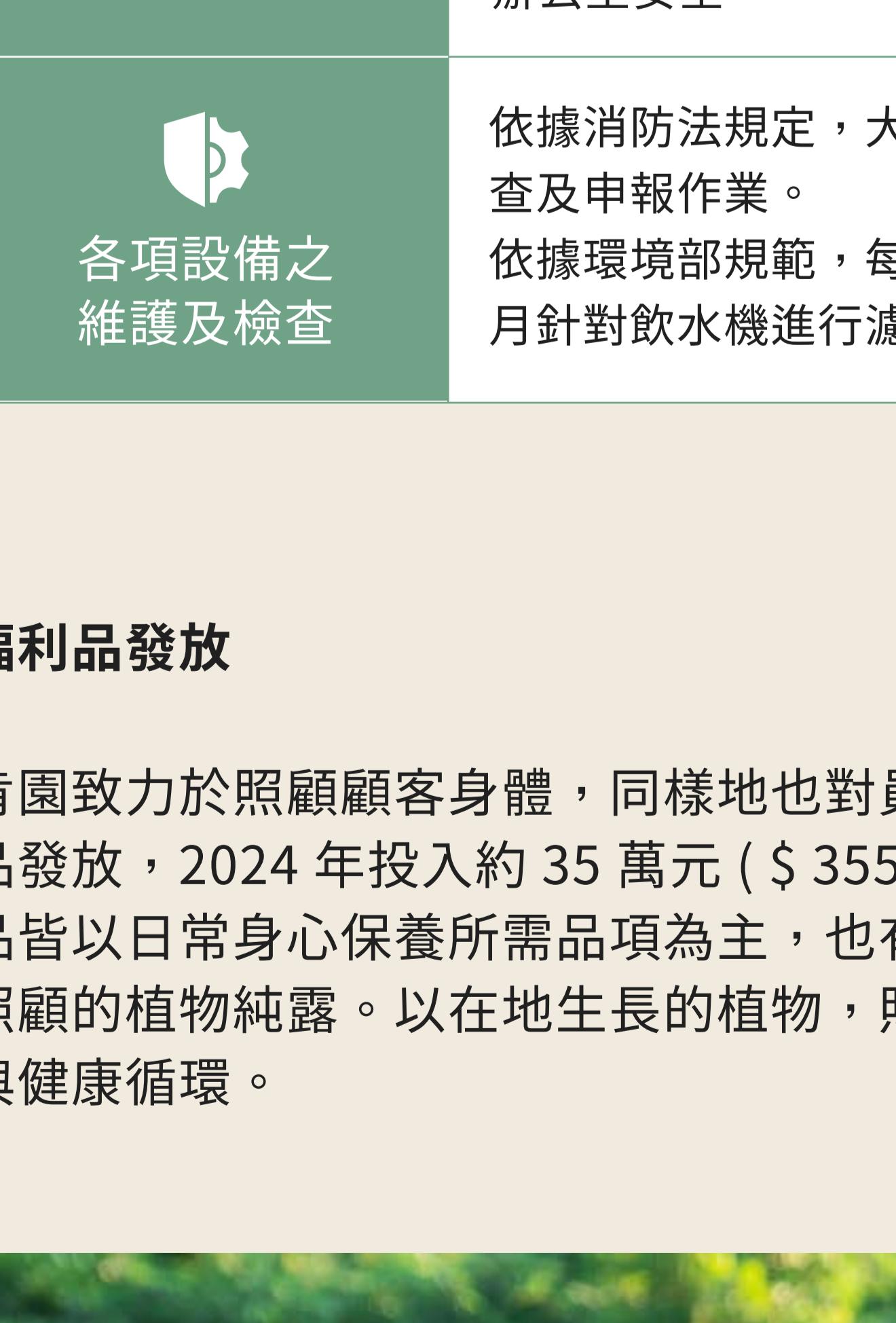
肯園已服務 22 年，一大早她會到濱江市場，採買新鮮的後，即開始在她的辦公區一廚房大展手藝。每天皆是「六高規格、高營養午餐，週三湯品也會特別安排甜湯。



肯園的團體保險制度 對意外事件，減輕可負

安心、安

項目	內容
	本公司大樓日間、夜間均設有管理員嚴密門禁、監視系統。 本公司大樓口間、夜間、假日出入皆有但入人員簽控，維護



每年委外進行消防器具等各項設備檢
月進行一次飲水機設備維護，每三個
更換及水質檢測。

二健康相當重視。每年皆提撥福利
00) 補助及福利品發放費用。福利
來自台東非零農場，農夫同事辛勤
頑同在這片土地的員工，促進生產

10

A medium shot of a woman with short brown hair, smiling at the camera. She is wearing a white short-sleeved t-shirt and a black apron with a white grid pattern. She is holding a large, rectangular metal tray filled with green leafy vegetables, possibly bok choy. The background is slightly blurred, showing what appears to be a kitchen or food preparation area with various equipment and containers.

蔡阿姨身為員工，
也同樣享有週休三日福利，
她指定休週一，
跟著傳統市場放假。



TRAINING & CAREER DEVELOPMENT

訓練與發展

專業芳療知識基礎-瑞士芳療認證

每位肯園人自入職皆須參與瑞士 USHA VEDA 學院芳療認證教育訓練，此專業課程共分為三階段，肯園會為入職者負擔第一階段課程費用，約為新台幣 60,000 元。二階與三階則是由肯園人可自行決定是否以優惠價再進修，此項政策尊重員工意志選擇，使員工可適性發展。



2/3 員工投入森林療癒師

2021 - 22 年全台籠罩在 COVID-19 疫情不安、未知的時代，肯園也於三級警戒關閉門市。溫佑君老師不只沒有縮編人力，還加強投資人才能力養成。邀請近三分之二員工，參與林業署剛啟動「森林療癒師」培訓認證，希望透過更多訓練，讓員工更加熟悉台灣豐富森林資源，並能藉此在未來療癒更多顧客。



身心靈外部教育訓練

肯園不定期會安排外界課程，以充實員工全方位能力養成。包含太極拳、瑜珈、董氏針灸等與身體理論實務相關的知識。肯園相信，唯有透過多方學習更新，融會貫通，才能更熟悉當代人身心需求。



自學讀書會獎勵機制

肯園鼓勵員工團體共學，因此員工可以自行提案，設定讀書會或是外部訓練主題。參與外部訓練者身負與大家共享新知筆記的任務，讀書會則透過每月約一次頻率舉辦，參與讀書會的時數亦納入工作時數計算。



3

ENVIRONMENT & COMMUNITY

環境永續與社會參與

(GRI 203-1) (GRI 204-1) (GRI 308-1) (GRI 414-1) (GRI 416-1)

肯園永續價值供應鏈



進口生產 - Ayus、
台製品分裝 - 雙禔
更積極源頭管理
宜蘭雙連埤社區

消費者
企業端 - 製成商品
如：薰衣草森林

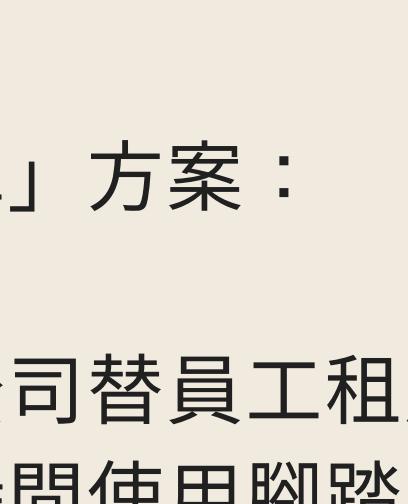
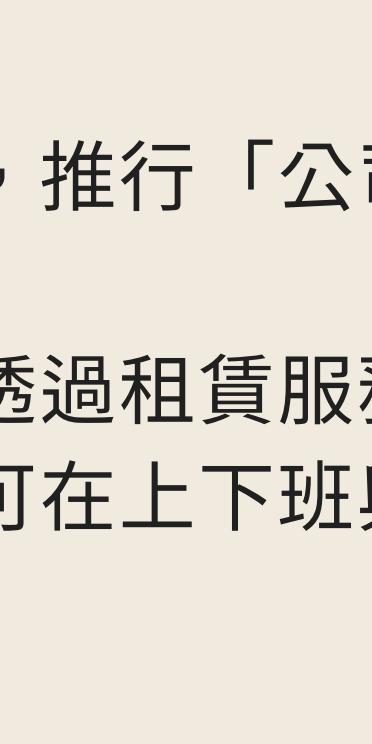
供應鏈管理 - 進口 / 生產 : AYUS

德國精油廠商 Ayus 為肯園主要合作供應商，雙方除合作代理精油品牌 Oshadhi, Ayus 也為肯園自有品牌生產製造商品。



AYUS 的精油來源有以下五種：
有機、傳統、野生有機、野生、精選

栽種過程中，全程無使用化學肥料、除草劑、殺蟲劑、殺菌劑，從栽種、採收到蒸餾過程中，皆符合有機認證標準，並獲得相關有機機構認證。



每一罐精油，皆堅持下原則：

無添加、無調整
不做動物測試、無動物原料、合理價收購不剝削勞工

每批原料皆會經過GC/MS檢測，並定期接受公正第三方單位的檢測，
如：Ecocert、IMO、Ecocontrol、ICEA等

供應商的環境承諾

製程與包裝

使用100%回收玻璃瓶

更多玻璃，減少塑膠：超過 90% 的玻璃在德國生產

區域性供應鏈：優先與當地的印刷廠、實驗室及供應商合作，以縮短運輸路徑

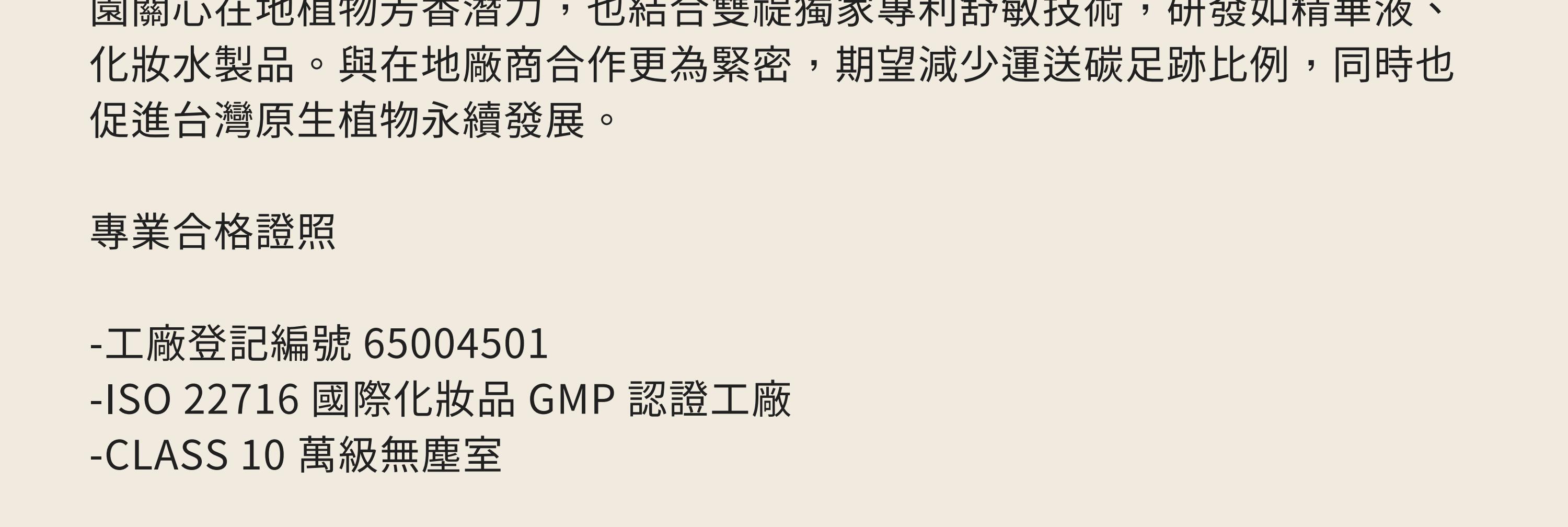
打造永續工作空間

包括一棟以生態建材打造的木造辦公室，以及一座自備太陽能光電系統的木質倉儲空間：

自有太陽能光電系統
附設太陽能儲能電池系統
採用地熱能
所有建築皆裝設熱泵系統

Ayus 辦公室遵循印度傳統建築學 Vastu 原則設計，採用天然木材，保留空氣流動、引入柔和光線，讓整個空間保持通透、溫潤與平衡。此外，建築中的電線特別屏蔽，避免電磁干擾精油，營造正向能量。這一切不只為了舒適工作環境，更是為了讓精油的製作能在能量和諧的場域中完成。

在 Ayus，精油的蒸餾不是工業化製程，而是一場與植物共同參與的儀式。他們在製程中播放高頻率的音樂，讓音波與植物分子產生共振，保留更細緻的能量與訊息。



供應商管理 - 雙禔

肯園台灣製產品的合規廠商為雙禔，2020 年前皆為純粹分裝合作。近年因肯園關心在地植物芳香潛力，也結合雙禔獨家專利舒敏技術，研發如精華液、化妝水製品。與在地廠商合作更為緊密，期望減少運送碳足跡比例，同時也促進台灣原生植物永續發展。

專業合格證明

-工廠登記編號 65004501

-ISO 22716 國際化妝品 GMP 認證工廠

-CLASS 10 萬級無塵室

肯園的永續價值觀

專業認證的基礎工程

肯園的商品皆依法進行衛生福利部的產品登錄，化妝品分裝也符合 GMP 標準，雖現行化妝品目前並無強制規定的送檢項目。但肯園在台製品項上，含有水的成分皆自主送檢微生物檢測，包含 SGS、台美，檢驗單位都符合國家認證。

專業認證的未來 - PIF

根據衛生福利部食品藥物署公告，2026 年 7 月 1 日起，在台銷售一般化粧品均需依完成「產品資訊檔案」Product Information Files（簡稱PIF）。肯園重視消費者權益與政府規範，產品近期已逐步開始申請作業，期望提供更透明的資料，使消費者信任產品的安心安全。

原料面 → 提升在地供應比例，積極鼓勵友善生產

截至目前為止，肯園陸續曾與 16 家台灣農家合作生產原料，多為規模小型但高品質的生產者，以此減少碳足跡。另肯園也參與生產環境與作業的源頭討論。2023 年起與宜蘭雙連埤社區契作三年，復育台灣原生植物犬香薷，鼓勵社區農家只要不使用除草劑、化學肥料等化學物質，以友善農法耕種者皆收購，照護土地並提供農民最直接的收入保障。



原料面 → 資助「退耕還河」計畫，以保留天然野溪

基於務農便利性的考量，天然野溪常被整治成水泥化的狹窄水圳。為保留粗坑溪的自然狀態，肯園投入更多資源，提供土地整治、雇用機具施工的經費，在上游的河道與農民協作，一步步擴大洪泛的彈性空間。並導入較耐淹性質的友善耕作，降低易淹農產的損失，得以維持天然坑溝型態，又不會泛濫成災。

這些措施的成效已經在實踐中得到證明。於2023年海葵颱風期間，預留的彈性空間有效降低了淹水風險，降低農作損失，而在日常時期，也會提升有效面對極端氣候的環境韌性。

原料面 → 投入循環成分的應用研發

近年來，肯園在產品開發優先考慮「循環成分」，前述的犬香薷植物種植區獲得生態友善雙認證：綠色保育標章及濕地標章。肯園除希望產品逐步提升循環成分*的比例，還擴大協助犬香薷原料海外參展，為使犬香薷行銷國際，肯園投入百萬，為犬香薷登錄國際化妝品成分International Nomenclature of Cosmetic Ingredients(簡稱INCI)。



肯園於2025年9月前往 Biofach JP 日本參展，BioFach為世界最大的有機食品、農業貿易展覽會，每年定期於德國、日本舉辦。

「為台灣植物找更多出路，讓世界能夠聞見台灣軟實力」，是肯園的決心。海外參展、國際登錄對地方小規模社區如登天之難事，肯園期許以企業力量，能夠行銷台灣植物原料至海外，讓社區農民相信，投身耕作犬香薷，對台灣有莫大意義，更能感受永續農業與自我實現的價值。

*循環成分的定義為符合永續生產、綠色製程、低碳運輸等循環概念的成分。

原料面 → 我的同事是農夫

肯園員工組成除了有廚師，也有一名專職農夫。2021 年起肯園與台東非零農場合作，在都蘭山下田區，開闢肯園芳香植物實驗基地。肯園在此種植近50 種芳香植物，對其氣味進行風土研究，精進研發能力與開創更多本土植物應用的可能。並為了不施灑農藥，針對不同植物研究各種防蟲的措施，且根據土地發展最適合的種植密度、作物。



包裝面 → 裸瓶原裝販售 / 只用一張紙，簡化繁複包裝

肯園許多產品都是裸瓶銷售，會與AYUS溝通精簡版面，以求所有必要符合法規資訊，能最佳利用標籤位置。近年在包裝上持續簡化製程與用料，以產品「神話夢油」為例，考量許多消費者購買是為贈禮需求，為了保留贈禮的神秘性與份量感，仍設計以紙盒包裝，只採用一張紙減少繁複開模及浪費。

教育面 → 給下一代的香氣禮物

肯園於2024年發起「行香私塾-香氣體驗車」教育專案，巡迴全台各地的植物採集，並走進國中小校園，透過現場示範植物采收，讓學生們可以親眼見證植物如何從植株，轉換成精油與純露的歷程，近距離感受植物風味。讓學生能以更多面向認識這座島嶼上的植物，進而促進對於土地與環境認同。並由此理解，人工合成與天然萃取的差異，擴充學生的氣味識別能力，藉此提升下一代對於環境保護的意識。

附錄：GRI 內容索引表

使用聲明 | 肯園國際股份有限公司 已參考 GRI 準則

主要揭露期間為 2024 年度 (2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日)

實際期間為創辦至 2025 年 11 月最新動態

使用原則 | GRI 1：基礎 2021

GRI 2：一般揭露 2021

GRI 2：一般揭露 2021		
GRI 準則	揭露項目	對應章節
2-1	組織詳述	關於本報告書
2-2	永續報告書中組織所包含的企業體	關於本報告書
2-3	報導期間、頻率與聯絡人	關於本報告書
2-6	活動、價值鏈及其他商業關係	商業模式
2-7	員工	勞雇關係
2-9	治理結構與組成	勞雇關係
2-19	薪酬政策	勞雇關係
2-22	永續發展策略的聲明	總經理的話/永續策略

主題準則

GRI 準則	揭露項目	對應章節
203-1	基礎設施的投資與支援服務	肯園的永續價值觀
204-1	當地供應商採購比例	肯園的永續價值觀
308-1	採用環境標準篩選新供應商	肯園的永續價值觀
401-2	員工福利	福利政策
403-3	職業安全衛生-職場環境	生命安全基本保障
403-6	職業安全衛生-健康促進	福利政策
414-1	新供應商使用社會準則篩選	肯園的永續價值觀
416-1	產品對健康安全衝擊	肯園的永續價值觀

製作團隊

出版者

肯園國際股份有限公司

CANJUNE

總編輯

黃蓉／Rachel

內文數據提供

詹錦華／Sandy

陳桂華／Emma

陳唯捷／Yeliz

設計總監

黃雅柔／Carol

校對協力

王韵心／Yunhsin



美好生活，無須轉譯。
吸吐之間，香氣即是我們
共通的生活語言。

 CANJUNE 肯園