



葡萄王生技

CH3 研發創新

目標設定 | [3.1 創新管理與專利](#) | [3.2 產學合作](#) | [3.3 客戶服務](#)

目標設定

	素材創新與產品營養	客戶服務	品牌行銷
2024 年 達成進度	1. 年度發表期刊數 29 篇 >20 篇。 2. 年度取得專利數 24 件、申請專利數 44 件 >20 件。	1. 電話客服滿意度高於 95% 以上。 2. 新式數據中台 (CDP) 全方位客戶資料庫已於 2024 完成建置導入與功能啟用。 3. 購健康導入 ESG 環保循環箱。	1. 自有品牌行銷計畫皆如期完成。 2. 完成內部 ESG 核心價值第一階段宣傳。 3. 完成 ESG 形象影片，將於後續社群、貴賓參訪時使用。
短期 (2025-2026)	1. 因應老齡化、少子化社會及運動人口持續增加之情況，進行相關功能性之素材研究，如：退化性關節炎、肌少症、腎損傷、抗疲勞、提升運動表現等。 2. 由於次世代益生菌 NGP 不僅僅可作為食物或膳食補充劑，更可開發成為治療藥物，因此將進行次世代益生菌 NGP 之研究開發、量產及計畫申請。 3. 生物中心及創新研發中心預計 2025 年將提出 20 件以上關於素材功能性應用及產品開發策略相對應之專利申請。	1. 客戶滿意度調查定期檢視指標，以提升“完全滿意”的比率並針對客服人員每年參與專業機構客服訓練課程並取得檢核證書。 2. 人員再訓練，由專業營養師針對全產品進行再訓練，以提升產品專業度。 3. 建立品質問題問答資料庫，確保服務品質一致性與正確性。 4. 建構新式數據中台 (CDP) 全方位客戶資料庫，分析、追蹤及管理客戶互動，數據整合，大幅強化行銷效率與客戶服務。	1. 持續秉持「健康專家，照顧全家」理念，我們提供社會大眾，健康、安心的產品，並維持良好形象持續宣傳。 2. 持續針對年輕族群加強保健食品及能量飲料的認知。 3. 品牌更新計畫：包裝升級、商城升級。 4. 明確傳遞 ESG 永續經營形象。
中期 (2027-2028)	1. 完成三項新穎性生技保健原料量產：降低成癮性、改善經前症候群、帕金森氏症、提升運動表現、增肌減脂、睡眠改善、腎臟保健等。 2. 植物新藥規格建立及臨床前動物試驗，以逐步升級為精緻活性原料製造廠。 3. 針對目前健康大趨勢進行分析，有必要時以異業合作之方式，設計符合特殊族群及健康之趨勢產品。 4. 開發符合環境保護及永續概念之相關配方及產品。	1. 人員持續再訓練，由專業營養師針對全產品進行再訓練，以提升產品專業度。 2. 持續優化客戶品質相關問答資料庫，確保服務品質一致性與提升客戶對品質的信賴。 3. 提升客戶成功，藉由 CDP 的運用與整合的 CTI 系統，預測顧客對所購產品或服務存在的問題與疑慮，主動提前消除顧客的問題，提供客戶所要的資源，藉此提高滿意度。	1. 持續加強代工品牌相關機制及推廣素材，以 ODM/OEM 服務，積極佈局國際市場。未來不排除以自有品牌方式，進入各地。 2. 因應 ESG 趨勢，建立負責任廣告、銷售、責任標籤的宣傳政策及品牌形象建立。
長期 (2029 年後)	1. 完成六項生技化妝品原料量產：抗痘、抗敏、肌膚保養及毛髮保健等素材開發。 2. 完成六項新穎性生技保健原料量產：降低成癮性、改善經前症候群、帕金森氏症、提升運動表現、增肌減脂、睡眠改善、腎臟保健等。 3. 持續觀察食品和健康相關產業之趨勢，必要時可與當地公司以異業結盟方式，開發具有當地特色或特殊族群需求且符合環保、永續之配方及產品。	1. 完整客服團隊與營養師團隊，回應客戶依據資料分析與歷史紀錄等所提供針對健康、飲食、生活提供完整建議。	1. 透過與海外當地相關品牌合作結盟，或是透過併購的方式加強企業自身強項，邁向國際化品牌。
對應 SDGs		  	  

3.1 創新管理與專利

生物科技研究所
總經理
陳勁初



生物科技研究所的素材研發導入頂尖技術
並與專家合作，延伸產品於國內外屢創佳
績，期望幫助國人的健康。

生物科技研究所
總監
陳炎鍊

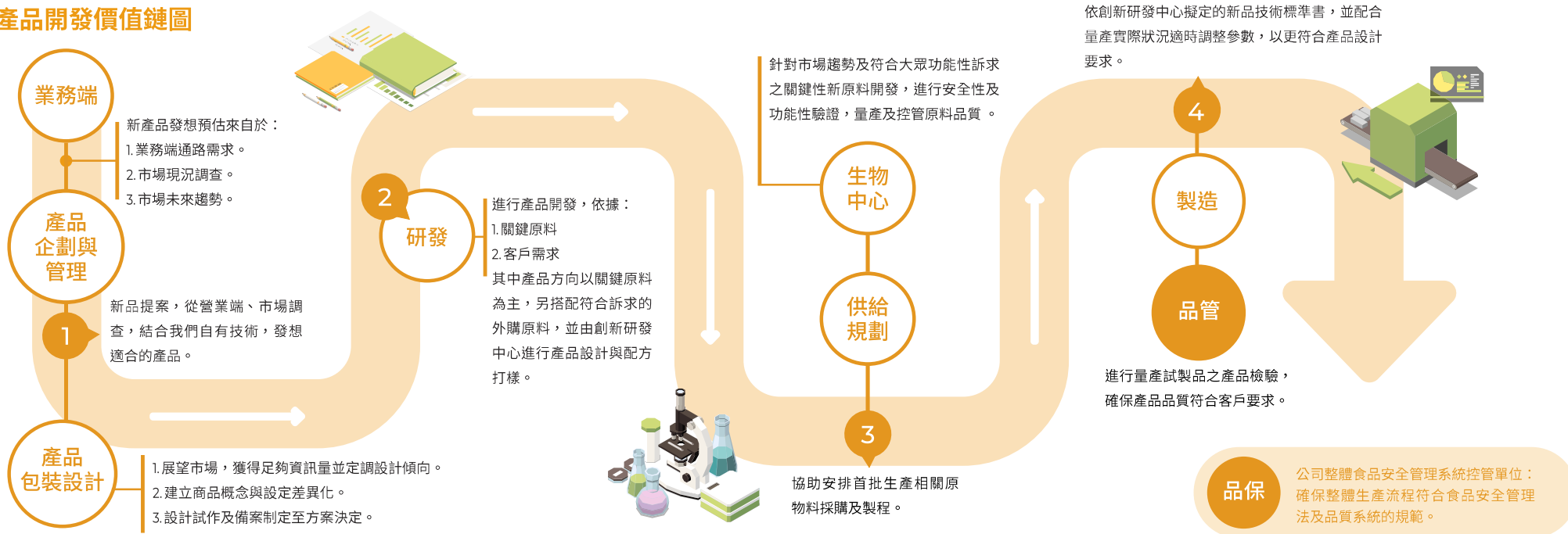


葡萄王生技的菇菌類發酵技術
為業界標竿，我們也將持續研
發，迎接社會未來的需求。

創新研發中心
副總監
劉雅玲



新產品開發價值鏈圖



管理方針	重大議題 - 創新研發	
政策	因應消費者及市場需求趨勢，除在自有的核心能力之外，同時也將嘗試結合外部研究或新創單位，開發葡萄王生技獨有之功能原料或配方。	
承諾	在安全與品質上盡力確保安全性及符合法規，並嘗試開發適合特殊族群之相關產品。	
目標	短期	- 因應老齡化、少子化社會及運動人口持續增加之情況，進行相關功能性之素材研究，如：退化性關節炎、肌少症、不孕症、抗疲勞、提升運動表現等。 - 由於全球在飲食上對於健康要求及環保意識提升，進行發酵來源之真菌替代性蛋白素材及其衍生產品的研究開發。 - 生物中心及創新研發中心預計 2025 年將提出 30 件以上關於素材功能性應用及產品開發策略相對應之專利申請。
	中期	- 完成三項新穎性生技保健原料量產：降低成癮性、改善經前症候群、帕金森氏症、提升運動表現、增肌減脂、睡眠改善、腎臟保健等。 - 植物新藥規格建立及臨床前動物試驗，以逐步升級為精緻活性原料製造廠。 - 針對目前健康大趨勢進行分析，有必要時以異業合作之方式，設計符合特殊族群及健康之趨勢產品。 - 開發符合環境保護及永續概念之相關配方及產品。
	長期	- 完成六項生技化妝品原料量產：抗痘、抗敏、肌膚保養及毛髮保健等素材開發。 - 完成六項新穎性生技保健原料量產：降低成癮性、改善經前症候群、帕金森氏症、提升運動表現、增肌減脂、睡眠改善、腎臟保健等。 - 持續觀察食品和健康相關產業之趨勢，必要時可與當地公司以異業結盟方式，開發具有當地特色或特殊族群需求且符合環保、永續之配方及產品。
責任	對外負責單位：衛生福利部食藥署、桃園市衛生局。	
資源	2024 年度生物科技研究所新進 2 名碩士。	

管理方針	重大議題 - 創新研發
具體實績	✓ 國際發明展榮獲 34 面金牌、3 面銀牌、1 面銅牌、19 特別獎 ✓ 榮獲 IUFOST Global Industry Award ✓ 樟芝菌絲體發酵液粉榮獲國家生技醫療品質獎銅獎 ✓ 榮獲 SNQ 國家品質標章產品總計 3 項 ✓ 榮獲新竹科學園區 113 年研發成效獎 獎金 40 萬 ✓ 榮獲新竹科學園區 113 年優良創新產品獎 獎金 35 萬 ✓ 榮獲 113 年桃金企業獎 ESG 環境永續類 ✓ 持續進行乳酸菌原料、真菌替代性蛋白素材、猴頭菇、中華被毛孢等關鍵素材的功效延伸

持續研發創新是公司永續經營的重大課題，針對不同的產品以及服務，葡萄王生技秉持對於創新研發的堅持，持續投入資源並付出努力。生物工程中心與創新研發中心的研發與應用，藉由與國內外機構合作，開發多樣產品與元素，吸引其他協會合作，申得多樣專利，優秀成績成就葡萄王生技無限榮耀。2024 年度葡萄王生技投入於創新研發費用共計 291,906 仟元。

創新研發資訊	單位	2022	2023	2024
研發總支出	仟元	289,884	289,545	291,906
研發崗位數	全職員工	140	123	147
研發支出佔銷售額的百分比	銷售額百分比	3%	3%	3%

2024 年度重要記事

- 🏆 榮獲 IUFOST Global Industry Award
- 🏆 榮獲國家生技醫療品質獎銅獎 - 樟芝菌絲體發酵液粉
- 🏆 榮獲 SNQ 國家品質標章 - 營養保健食品類 / 保健食品組 - 康爾暢乳酸菌菌球顆粒及康爾動乳酸菌菌球顆粒
- 🏆 榮獲 SNQ 國家品質標章 - 營養保健食品類 / 特殊機能保健原料組 - 葡萄王猴頭菇菌絲體粉
- 🏆 榮獲新竹科學園區 113 年研發成效獎及優良創新產品獎
- 🏆 獲國家科學及技術委員會科學園區管理局補助 433 萬元 - 計畫名稱為猴頭菇活性小分子對於治療缺血性中風後之認知功能行為模式研究及神經結構功能分析

2024 年研發獲獎亮點成果如下：

2024 年發明展獲獎			
項目	參展	專利	獎項
1	俄羅斯阿基米德國際發明展	絲狀真菌的菌絲體及其製造方法	金獎 / 特別獎
2		桑黃 GKPI 菌絲體用於製備改善肥胖及肥胖相關代謝性疾病之組成物的用途	金獎
3	馬來西亞 MTE 國際發明展	絲狀真菌的菌絲體及其製造方法	銀獎
4		乳雙歧桿菌 GKK2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途 (馬)	金獎
5	馬來西亞 ITEx 國際發明展	桑黃 GKPI 菌絲體用於製備改善肥胖及肥胖相關代謝性疾病之組成物的用途	金獎
6		發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途 (馬)	金獎 / 特別獎
7	歐洲盃國際發明展	含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途 M3 (美)	金獎 / 特別獎
8		發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途 (美)	金獎 / 特別獎
9	日本天才展	含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途 M3 (日)	金獎
10		戊酸片球菌 GKP4 用於製備改善肌少症之口服組成物的用途 (日)	金獎 / 特別獎
11	瑞士日內瓦國際發明展	含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途 M3 (TW)	金獎 / 特別獎
12		桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途 (TW)	銀獎 / 特別獎
13	上海國際發明創新博覽會	乳雙歧桿菌 GKK2 的活性物質、含其的組合物及其促進長壽的用途	金獎
14		用於製備提升免疫力之組合物的用途	金獎 / 特別獎
15		鼠李糖乳桿菌 GKLC1、組合物及其改善酒精性肝損傷、胃損傷及 / 或腸損傷之用途	金獎
16	美國創新國際發明展	含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途 (US)	金獎 / 特別獎
17		乳雙歧桿菌 GKK2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途 (US)	金獎 / 特別獎
18	第十屆韓國 WIC	猴頭菇菌絲體萃取物製備用於改善中樞神經系統腸消化之醫藥組合物之用途 (JP)	金獎
19	世界創新發明大賽	副乾酪乳酸桿菌 GKS6 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途 (JP)	金獎

20	美國 AII 達文西國際發明展	乳雙歧桿菌 GKK2 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途 (US)	金獎 / 特別獎
21		治療失智症之活性物質、及其製備方法、含其醫藥組合物、及該醫藥組合物的製備方法	金獎
22	加拿大國際發明競賽	蟬花菌絲體活性物質用於製備預防、延緩或治療眼球前後房擴張、玻璃體液擴張及 / 或視網膜脫離之組合物的用途 (CA)	金獎 / 特別獎
23		含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途 (US)	金獎 / 特別獎
24	倫敦國際發明展	植物乳桿菌 GKD7 用於製備改善骨關節炎及退化性關節炎的組成物之用途	金獎 / 特別獎
25		含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途	金獎 / 特別獎
26	第十五屆 IIIC 國際創新發明競賽	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途 (TW)	金獎
27		絲狀真菌的菌絲體及其製造方法	金獎
28		蟬花活性物質用於改善視力之用途	金獎
29	第二十屆烏克蘭國際發明展	含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途	金獎
30		乳雙歧桿菌 GKK2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途 (US)	金獎
31	第十八屆波蘭華沙國際發明展	用於改善肌少症之口服組成物 (益生菌)	金獎 / 特別獎
32		植物乳桿菌 GKD7 用於製備改善骨關節炎及退化性關節炎的組成物之用途	金獎
33	克羅埃西亞發明展	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	金獎 / 特別獎
34		乳雙歧桿菌 GKK2 的活性物質、含其的組合物及其促進長壽的用途	金獎 / 特別獎
35	第十一屆 IIDC 香港創新科技國際發明展	含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途 (US)	金獎
36		桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	金獎
37	韓國首爾發明展	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途 (JP)	銀獎
38		固態化妝品組成物及其製造方法 (TW)	特別獎
39		含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物 (JP)	銅獎

3.1.1 持續成長的素材原料研發力

1. 葡萄王生物科技研究所（龍潭分公司）

生物中心成立於 1991 年，自 2019 年耗資 16 億升級為「生物科技研究所」兼具素材研發及生產功能，研發方面主要為自有素材（關鍵零組件）之開發及應用，積極與國內學術界及研究機構合作，進行產品研發、功能驗證及製程改良，以建立公司核心技術。

2024 年生物科技研究所與國內外合作計畫及獲得之專利有：

- 國科會、農業部、教育部及各大專院校之產學合作計畫約 17 件，迄今有 225 件
- 葡萄王生技致力於素材研發、功能驗證與製程改良，以強化公司核心技術。至今已持有 225 項專利權，2024 年專利申請共 44 件，專利取得共 24 件：

2024 年取得之專利			
	專利名稱	國家	專利號
1	發酵乳桿菌 GKF3 用於製備降低菸癮之口服組成物的用途	中華民國	I837529
2	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	美國	11,944,659
3	預防及 / 或改善口腔黏膜下纖維化之組成物及其用途	中華民國	I838163
4	含乳酸桿菌之組成物及其預防及 / 或改善皮膚老化的用途	中國	ZL202110244793.1
5	猴頭菇菌絲體活性物質用於預防或治療視網膜病變之用途	中國	ZL202111561046.7
6	制植體周圍炎的組成物及其用途	中華民國	I842366
7	桑黃菌絲體、其萃取濃縮物的製造方法暨其用於製備改善睡眠之組成物的用途	中國	ZL202110244975.9
8	胚芽乳酸桿菌、醱酵物及製造方法、含其之組成物及其用於製備提高熱逆境中精子品質的組成物之用途	中華民國	I846368

9	植物乳桿菌 GKD7 用於製備改善骨關節炎及退化性關節炎的組成物之用途	中華民國	I846367
10	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	中國	ZL 20211 0225797.5
11	乳酸片球菌 GKA4 用於製備預防或治療腎功能異常組合物的用途	中華民國	I849717
12	桑黃 GKPI 之萃取物用於製備提升運動訓練後之肝醣含量及降低運動後血液尿素氮含量的組成物之用途	中華民國	I851117
13	桑黃 GKPI 菌絲體用於製備改善肥胖之組成物的用途	中國	ZL202111498398.2
14	改善肌肉流失及肌力退化的乳酸菌及其包含該乳酸菌之組成物	新加坡	1020214088U
15	乳酸片球菌 GKA4 用於製備預防或治療腎功能異常組合物的用途	日本	7553634
16	丁酸梭菌 GKB7 用於製備改善骨關節炎及退化性關節炎的組成物之用途	中華民國	I860688
17	提升睡眠品質之益生菌組成物及其用途	中華民國	I861750
18	用於降低菸癮的口服組成物	韓國	10-2726654
19	絲狀真菌的菌絲體及其製造方法	中華民國	I864800
20	含乳酸菌醱酵產物之皮膚創傷外用組合物及其用途	中國	ZL 2020 11267520.0
21	猴頭菇菌絲體活性物質用於修復視神經之用途	中華民國	I867935
22	含有植物乳桿菌 GKD7 之改善骨關節炎用及退化性關節炎用的組成物	日本	7601959
23	頭菇治療視網膜病變	馬來西亞	MY-205870-A
24	含有丁酸梭菌 GKB7 之改善骨關節炎用及退化性關節炎用的組成物	日本	7607709

2024 年在葡萄王健康展望園區建置全新發酵產線，葡萄王生技現合計共有六座 1 噸、一座 2 噸、一座 3 噸、五座 5 噸、一座 10 噸、二座 15 噸、六座 20 噸、六座 40 噸及一座 50 噸等大型發酵槽，加上百升級小型發酵槽，超過 80 座發酵槽，全集團發酵產能提升至 506 噸，堪稱全台保健食品第一。並引進自動化冷凍乾燥製程，可降低汙染率及保持品質穩定。下游製程則有膜濃縮、凍乾機、離心機、低溫流動床乾燥機、壓濾機等，可做為供應葡萄王生技、葡眾企業、上海公司及代工廠商各項保健食品素材原料。

擁有保健食品產業全台最大醱酵產能 506 噸，配合生物中心豐富的菇菌類發酵經驗，利用數十項專利製程技術，再結合獨有素材與外購原料，研究開發獨特配方，除經典產品：靈芝王、樟芝王、益菌王之外，新產品研發如：康普茶雙纖飲、優適金盞花葉黃素精華凍、纖益薑黃 EX 旗艦版、爆能能量飲料也廣受大眾喜愛。此外，多項開發商品榮獲肯定，如：葡萄王 LGG 特益菌、葡萄王靈芝王、樟芝王菌絲體膠囊、衛傑膠囊、舒敏優靈芝菌絲體膠囊、葡萄王黃金康貝特能量飲料、葡萄王易得纖益生菌膠囊及葡萄王益菌王粉末顆粒等八項產品獲健康食品字號許可。

2. 關鍵素材研發與專利

保健及美容新素材之開發，是葡萄王生技研發團隊的一大重點，我們開發了以下素材：



葡萄王生技針對開發出的原料素材，持續進行功效研究分析：

- ✓ 乳酸菌原料之增肌減脂、延緩老化、抗病毒、改善生殖機能、降低成癮性及預防憂鬱功效評估
- ✓ 蟬花之降眼壓機制探討、腎損傷保護及抑敏功效分析
- ✓ 猴頭菇之緩解經前症候群、神經受損再生研究、抗發炎作用分析、改善憂鬱與睡眠相關性、關節退化之預防效果評估、缺血性腦損傷的保護作用研究等
- ✓ 真菌替代性蛋白素材產品應用及推廣
- ✓ 醱酵菌原料之退化性關節炎人體臨床試驗

2025 年我們針對四大技術進行研究與升級，應用新技術新劑型之研究開發，可開發更多不同劑型之產品，擴大公司客戶訴求之廣度，包含：

- 1 軟膠囊類
- 2 果凍類
- 3 SMG 造粒
- 4 流動床造粒

生物科技研究所生物科技研究所也接受委託代工，包含：

- 1 菇類原料（如靈芝、姬松茸、樟芝、蟲草、雲芝等）
- 2 益生菌（如球菌、桿菌、雙叉桿菌、酵母菌及酪酸菌等）
- 3 其他可食用微生物或其酵素及代謝物

註：詳細專利資訊請詳本公司網站：<https://www.grapeking.com.tw/rd/patent-paper/patent>

1. 實體產品開發

葡萄王生技於 2017 年度新增了「新劑型產品開發」業務，新劑型產品開發不限目前廠內生產機台，可大致區分為：滴丸類、果凍（膠）類、軟膠囊類、錠劑（雙層、咀嚼錠）與民生用品（洗髮精、肥皂）類，主要為配合廠外代工廠做產品設計之發想與打樣。研發團隊依據不同族群或營養需求，結合生物中心發酵技術，開發各種功能訴求的產品落實「健康專家，照顧全家」的概念，主要將產品分為八大類，2024 年共開發 277 件產品。

產品	漢方保養	健康調節	女性美妍	機能飲品	特殊保健	寵物食品	傳統食品	果凍
說明	以漢方角度開發產品，結合葡萄王生技菌類發酵的專業技術，提供消費者全方位保養的產品	為維持各項生理機能正常，滿足不同年齡及營養需求。如腸道、骨關節、視力及心血管保健都是熱門議題，乳酸菌產品更是老少皆宜	愛美是女人的天性，如何在忙碌的生活中簡單、快速補充所需的營養是女性消費者關心的議題	『康貝特，喝了在上』是葡萄王經典廣告台詞。一系列能量補給飲品，除了能及時補充能量，有多種風味可供選擇	現代人生活飲食失衡，常常吃入高熱量食物，卻仍常感到飢餓。所以針對消費者補充其所需的營養成分，如增加並延長飽足感	因應現在保健食品休閒化，部分機能性保健食品以親和力十足的果凍方式，廣受消費者喜愛，適合老少所有族群。	客戶需求機能性產品添加於日常食品型態中，可增加消費者每日攝取	葡萄王順應廣大的毛小孩市場，可針對毛小孩健康、美容開發寵物保健食品，好好呵護主人們的療癒系動物。
產品舉例	極品靈芝多醣體膠囊 蟲草免疫提升 桑黃肌少症	幫助消化 / 免疫 / 排便粉包 南瓜籽油軟膠囊 抗敏益生菌 魚油軟膠囊	美妍膠原蛋白飲 膠原蛋白粉 美白 / 亮膚膠囊	細胞能量水 關節飲 助眠飲 消水腫飲 葉黃素飲 潤喉飲	好入睡膠囊 腎臟保健粉 NMN 細胞活力粉包 壯陽膠囊 抗凝排便粉包	關節體力養護雞肉泥 情緒保健雞肉泥 情緒保健魚肉泥	未來肉醬雲芝麵 素肉條 雞精	維生素礦物質果凍 Move Jelly 葉黃素果凍
2024 年新品開發件數	15 件	67 件	13 件	53 件	116 件	5 件	3 件	8 件

3.1.2 產品開發與客製化服務

伴隨慢性文明病、少子化等社會趨勢，人口結構逐漸趨向中高齡化，消費者健康意識日益抬頭，對於食品的本質以及飲食對於身體健康的影響更加重視，相關產品的食用營養及其機能性也相對地變得更為重要。葡萄王生技於 2016 年成立創新研發中心（IRC）葡萄王生物科技研究所（龍潭分公司）環境管理規劃中心（IRC）集結產品研發、產品企劃、原料開發、品管、品保等眾多部門菁英，配合生物中心之專精發酵技術，同時也對外評估有區隔性之素材與原料，研發獨特配方，希望開發出能兼顧適口性及機能性的保健食品，讓消費者能透過保健食品的攝取來額外補充一些不足的營養素以及具有特定功能的機能成分。

此外，購健康網站設有客服中心可透過電話及信件提出消費者回饋，或透過大數據、市調公司資訊，亦會從通路商及經銷商亦反饋市場需求，例：目前開發中的產品，因經銷商提供實際市場資訊，了解合適產品類型、規格及行銷方向，讓產品能夠更貼近市場。

IRC 內部研發團隊與職責

- | | | | |
|--------------|-------------|-----------------------------|----------------|
| 1. 品牌、代工產品開發 | 3. 新品試量產 | 5. 健康食品認證與 SNQ 國家品質認證申請 | 7. 原料及成品規格制定 |
| 2. 分析方法開發 | 4. 劑型與新技術研究 | 6. 產品功效性實驗（動物、人體實驗委外）、安定性實驗 | 8. 產品維護與原料備品評估 |

2024 年葡萄王生技創新研發除了例行性的產品開發之外，另一開發主軸分為兩大部分：

- (1) 既有產品的技術改良
- (2) 新品提案、新劑型產品的開發打樣

2024 年度新品提案，為延續上一年度，結合了創新研發中心與行銷企劃部門聯合進行產品發想與開發，讓產品兼顧市場行銷與功效等功能結合，更能貼近現代更多元客戶之需求。產品開發方面仍為依據客戶需求量身訂做，若有客戶欲配合市場開發產品，公司將全力配合設計與生產。產品開發目前無特定禁用 GMO 產品，若客戶有需求，於選用素材方面才會特別挑選。文件證明方面會以原料供應商檢驗文件作為佐證非 GMO 原料。

2. 異業合作

與統一集團成為策略性夥伴，拓展海內外通路，正式將休閒健康食品導入大眾消費市場，並借重統一快速消費品（FMCG）食品類長期經營經驗，精進食品安全制度與系統。

3. 線上通路

公司直營線上網路平台 - 購健康，因疫情帶來零接觸店商網購商機，未來從專業角度提供完整健康建議，逐步經營會員深度，成為全方位保健專家。

4. 客製化配方設計與代工服務

除了自有產品研發之外，我們的產品研發團隊提供完整 ODM/OEM 服務，可針對客戶需求進行商品與處方之設計，包括開發量身訂做具備創新概念之配方，輔以多元化之劑型設計，為客戶量身訂做新穎性產品。近年來除國內相關通路外，更致力於積極開發外銷業務。如：ODM/OEM 服務之產品劑型及包裝種類包括：玻璃瓶裝、PKL 康美包/鋁箔飲品、鋁箔袋裝（雪花片、粉末、顆粒）、膠囊（粉末、造粒）、軟袋（液劑、果凍飲）與軟膠囊等。

整合性平台

葡萄王生技建立 One-Stop Service 之代工平台，從上游專利原料進口，乃至跨類別生產線及後端成品包裝，提供一條龍的整合性服務，如產品代工領域包含：保健食品、美容飲品、機能性飲料與 PKL 鋁箔包飲品等。



圖、葡萄王生技 One-Stop Service

專業諮詢服務

研發團隊將根據客戶市場規劃之商品需求，提供原料和產品之專業性諮詢，並隨時提供客戶售後相關諮詢服務。如：上市商品之健康營養諮詢，搭配客戶保健食品相關文件之諮詢服務。

3.2 產學合作

我們與學校連結密切，在專業、發酵技術方面已有悠久歷史以及先進的技術，是眾多學校積極產學合作的重點對象，亦是各系所相關系所學生校外教學參觀生技產業首選之一，達到學以致用的目的。公司持續與各校進行連結與爭取專案，亦參與各級演講及論文發表，並提供產品測試服務。

以近三年為例，訪廠參觀 78 場，總人數達 2,986 人次。期望透過葡萄王生技的努力，補足產官學界技術落差，發展創新研發技術，培育未來關鍵人才。

1. 投入產學合作研究，與大專院校鏈結

葡萄王生技積極推動學界與產業界合作，將公司新產品及素材與全國各大專院校教師各研究專長進行連結，提升公司研發能量，驗證產品功效，加速產業升級與大專院校研發成果產業化、市場化。

2. 爭取生技產業專案計畫

葡萄王生技為推動國家生技產業發展做出極大貢獻。行政院經濟部為輔導產業界，每年皆受理大型專案計畫申請，10 多年來葡萄王生技申請並完成總共 11 項專案計畫，與學界多家科技院校合作結盟共同執行多項新品開發及功效性試驗，總經費高達 1.46 億元，成果產出豐碩。除此之外，葡萄王生技亦提供實習機會、業師支援授課及擔任各校訪視委員外，也參與科技部各項計畫審查，及受邀經濟部演講及擔任評鑑委員，積極支持政府三個部會單位之各項活動，並促進產官學研之交流合作。



2024 年榮獲經濟部科專計畫補助經費 1120 萬元，研究開發高纖高蛋白真菌未來肉之素材—Fusarium venenatum PTA-2684 真菌蛋白 (mycoprotein)，菌種培育能力

及生產技術，皆屬全臺第一。

未來世界飲食趨勢有望將以替代性蛋白 - 真菌蛋白取代動物蛋白，公司以厚植 30 年的豐富發酵技術及經驗，與食品工業發展研究所、弘光科技大學食品科技系林麗雲特聘教授研發團隊共同合作，也與味源股份有限公司及振源食品科技股份有限公司的共同努力下，運用專業的食品加工技術，顛覆了以往替代性蛋白的框架，開發出多元創新的真菌蛋白產品。

3. 參與演講及學術發表

葡萄王生技研發單位受邀至各產、官、學術單位演講，赴大學演講場次累積超過百校系，分享 20 餘年來生物技術與產業發展經驗，進行產業發展經驗分享與交流。近三年共獲邀至大專院校演講 130 場，另參與碩博士論文口試超過 100 位，參與課程規劃或系務發展十系以上，大學評鑑十系以上。研發成果皆發表於期刊論文及研討會論文，2024 年共計發表期刊論文 29 篇，研討會壁報論文 32 篇，研討會口頭發表 23 篇。



4. 協助產品測試服務

葡萄王生技以發酵著名，廠內擁有各次槽體共 89 座，除了供應公司關鍵原料外，並對外接受學術界及產業界的委託發酵測試與產業化量產平台服務，除得以接觸各種不同之微生物，加以深入研究並厚植經驗，也從中評估適合素材進行技轉，其中學界合作達 20 系以上，加速學界與產業界連結，並提升學界研發成果產業化與業界量化的速度，以提升國際競爭力。



3.3 客戶服務

自有品牌營業處暨上海分公司
總經理

林源從



客戶服務是與顧客建立良好關係的重要元素，我們積極聆聽客戶的反饋，並採取行動以改進我們的產品與服務。

管理方針		重大議題 - 客戶服務
政策	隨著客戶數量逐漸增加，藉由建置完成的數據中台 (CDP) 全方位客戶資料庫整合分析與 CTI 話務管理系統的協助與完整的人員訓練，以滿足客戶期待、專業服務建立客戶忠誠度，並提升客戶滿意度。	
承諾	貼心服務，專業能力，完善系統建立體貼客戶需求與解決客戶問題並重的客服體驗，創造滿意與願意推薦的消費流程。	
目標	短期	1. 客戶滿意度調查定期檢視指標，以提升「完全滿意」的比率並針對客服人員每年參與專業機構客服訓練課程並取得檢核證書。 2. 人員再訓練，由專業營養師針對全產品進行再訓練，以提升產品專業度。 3. 建立品質問題問答資料庫，確保服務品質一致性與正確性。 4. 建構新式數據中台 (CDP) 全方位客戶資料庫，分析、追蹤及管理客戶互動。數據整合，大幅強化行銷效率與客戶服務。
	中期	1. 人員持續再訓練，由專業營養師針對全產品進行再訓練，以提升產品專業度。 2. 持續優化客戶品質相關問答資料庫，確保服務品質一致性與提升客戶對品質的信賴。 3. 提升客戶成功，藉由 CDP 的運用，預測顧客對所購產品或服務存在的問題與疑慮，主動提前消除顧客的問題，提供客戶所要的資源，藉此提高滿意度。
	長期	完整客服團隊與營養師團隊，回應客戶服務相關諮詢，並量身訂做個人化的健康、飲食、生活建議。
責任	內部相關協作單位：法務室、品保部、行銷課及成品課	
資源	人力投入訓練課程，包含外部客服訓練課程與內部產品再訓練課程已有 CDP 系統，可針對客戶管理與客服品質進行管理，由客戶經營歷程到聯繫紀錄與品質於系統內完整建構與 AI 優化，以利提升客戶接觸體驗與滿意度。	
具體實績	· 持續提升電話客服滿意度受測者比率，並針對滿意度較低個案進行個案檢討與優化方案，以提升客服話務服務品質。 · 新式數據中台 (CDP) 全方位客戶資料庫已於 2024 年完成建置導入，系統行銷自動化建置與會員數位會員綁定作業業已完成，由此數據整合，可大幅強化客戶服務。 · 購健康導入 ESG 環保循環箱，在 2024 年完成建置，特定規格出貨使用循環箱出貨，雖單箱成本高於原一次性紙箱達 2~3 倍，但仍進行採用，除可增進導入率並強化品牌 ESG 的執行，以提升客戶對品牌 ESG 認同度。 · 持續精進對客戶個資管控與安全性，於 2024 年新增由公司內部傳輸出去的 Email 加密檢視若內夾帶有消費者個資，系統則皆會自動檔下無法傳出，以確保消費者個資限縮在公司內部使用，以確保個資嚴密保護，避免因傳輸過程或是人為的不當使用造成客戶個資的權益受損。	

3.3.1 嶄新行銷模式

1. 王者歸來，健康專家續寫傳

2024 年明星產品不斷創下新紀錄！經典產品益菌王推出升級版「益菌王旗艦 EX 400」，搭配新代言人桌球好手莊智淵的強力推薦，勢必再掀益生菌市場熱潮。同時，樟芝王更以 13.37% 的成長，穩坐 2024 年保健品銷售第一的億級產品寶座，聲勢如日中天。易得纖 EX 也透過穩定曝光擴大客群，新客成長率高達 8%，展現出強大的市場吸引力。此外，為慶祝 55 週年更與超人氣 IP 胖虎聯名，推出多款獨家商品，成功創造 3300 萬的亮眼業績，再次證明了葡萄王的品牌魅力與市場影響力。

2. 喝出態度，創造品牌價值新高度

飲料產品線也持續發威！康普茶與台灣聲量冠軍的 IP LAIMO 聯名，再次擴展產品知名度，成功跨越不同世代，深受男女老少喜愛，展現出強大的品牌影響力。而機能飲料 PowerBOMB 更精準品牌定位，深根嘻哈流行等相關領域，打造出忠誠的粉絲群體，即使面臨價格調漲，銷售額仍穩定成長 6%，足見其品牌魅力。康貝特系列產品也不遑多讓，全新推出的「康貝特 200P EX」更帶動康貝特 200P 銷售額成長高達 77%，展現出強勁的市場競爭力。

3. 包裝全面升級，共創綠色未來

2024 年我們推動包裝升級計畫，不僅將視覺年輕化，更採用環保輕量化材質，大幅減少塑料使用，符合歐盟嚴格標準。此外，我們積極與低碳排廠商合作，將環保理念貫徹於生產流程。為響應循環經濟，我們的電商平台也全面導入循環箱，從一次性包裝轉變為多次使用，減少資源浪費的同時也創造地方弱勢夥伴就業機會，為社會貢獻一份心力。

4. 轉型升級，大數據驅動精準決策

透過導入客戶資料平台 (CDP)，我們也成功建立了完善的會員資料庫，並實現會員分級，讓每一次的溝通更加精準有效。透過系統 360 度客戶輪廓分析，即時掌握客戶需求，能快速找出潛在問題，並提供更個人化的服務。不僅能提升客戶滿意度，更能創造更多行銷機會，有效擴大會員數。

葡萄王生技以核心理念「科技、健康、希望」，全力為客戶創造的美好未來。針對客戶服務所設定的客服管理目標可分為以下兩大類：

1. **建立客戶導向的經營理念**：從產品管理向顧客管理的轉變，從交易管理向關係管理的轉變。顧客的需求、購買行為、潛在的消費偏好等都是珍貴的資源。因此積極由消費者與我們的互動蒐集完整數據以架構完整顧客管理的核心，我們也持續透過客戶滿意度指標來檢視並優化經營方式，藉由與客戶的量化與質化訪談了解客戶回饋，並依此做為調整目標。

2. **加快客戶服務創新**：以客戶為本的服務理念，除了重視客戶滿意度和忠誠度的提升，也須因應變化與客戶的需求，方式包含 LINE 群組，線上回應與溝通管理，除持續引進新系統，新服務功能並以更易於使用與更便捷的方式與客戶溝通互動。

客戶滿意度調查結果

類別	2022 年	2023 年	2024 年
非常滿意	60%	72%	93%
滿意	34%	27%	7%
尚可	5%	1%	0%
較不滿意	1%	0%	0%
很不滿意	0%	0%	0%

註1：針對進線客服客戶共計約2,364人次(2024年)詢問滿意與不滿意，並依此進行滿意度估算。

2024 年亮點投入：

隨著會員突 18 萬大關，持續在客戶滿意提升，分為四個面向，包含持續由營養師進行商品教育訓練，以提升服務專業度與品質，另針對客訴問題由系統建立問答系統與 SOP 流程，在常見問題上進行客訴分級與最佳說明內容，減少客訴衍生至重大客訴，並增加第一線客服人員服務專業度，另由滿意度調查中，發現高達 9 成以上客戶認為服務滿意，針對少數不滿意的客戶，聆聽客戶語音內容並逐條討論優化方向。2024 客訴進線量持續降低 (2023 年進線客訴量降低 16%，年度減少約 1800 多通)，並同步增加滿意度調查人數 (2024 年度進線並完成滿意度調查比率增加 10%) 與提升滿意度 (2023 年滿意度提升 5%)。另外也建構完成客戶導向的 CDP 系統中台，串聯客戶 360 度資料與相關興趣資料，提升對客戶了解度並提供更完整的客戶服務。



3.3.2 客戶服務流程

葡萄王生技的客戶服務處理流程可分為一般諮詢與客戶申訴處理兩種，我們有專責單位協助客戶服務流程的處理，以確保客戶的意見都能及時並完整的傳達與解決。

1. **一般諮詢**：提供消費者產品諮詢服務，第一時間回應消費者相關問題。

2. **客戶申訴**：客戶來電申訴問題趨向複雜與專業，也因此需要較多之跨部門溝通與資訊核對，葡萄王生技採「確保 4 小時內回覆處理進度，24 小時系統建檔處理」，如涉及檢驗及較複雜之服務則採約定時間回覆，我們希望藉由以上流程，確切掌握並解決消費者申訴抱怨的黃金時間，以完善解決客戶所需為目標。葡萄王生技客訴管道為因應資訊暢通時代之即時回應需求，電子化的回應方式有 EMAIL 回覆、FB 留言回覆、與 LINE@ 線上回覆。其他為一般的電話線上回覆。

負責單位	消費者進線	消費者客服中心	營業處	品保 / 研發	責任單位	銷管 / 財務	物流中心
負責人員		電話服務專員 專業營養師	產品經理 通路主管 通路經辦人員	品管經辦窗口 品管檢驗人員 品管課主管	檢討人員 單位主管	經辦人員	經辦人員
處理單位	詢問商品 活動相關諮詢 商品訂購	受理消費者來電 建立消費者基本資料	商品訂購程序			開立發票	出貨
處理事項	抱怨申訴反映	1 初步受理消費者來電 建立消費者基本資料 登記訴怨反映事項 立即解決消費者客訴問題					
		2 成分瑕疵 無法解決再上訴	3 接受通知 客訴系統流程	4 收件 客訴品質檢驗 確認檢驗內容及判定	5 樣品品質追溯 抱怨案件追溯	6 退貨退款 折讓處理	7 理貨 / 收退貨
結案回覆		13 回覆消費者 結案	12 回覆客服人員	11 行政文件調查 品質異常確認單 調查報告 回覆營業處主管	10 原因檢討 對策擬定 改善追蹤 確認對策 執行成效	9 通知經辦人員 通知銷管作廢發票	8 收到退貨第一時間 通知經辦人員

2024 年收到的客訴量持續減少，主要客訴以物流配送、贈品品質等，其餘多為產品使用相關詢問。今年持續秉持顧客至上與良善溝通的原則，以專業積極態度處理客戶的反應，讓客訴可有效被解決，並能內部針對客戶反映的品質問題進行製造與品管的全面檢視，減少後續同類型客訴的發生機會。

由於個資保護意識提升，對於個資使用的客訴也與日俱增，主要在於個資客戶要求停止使用後，優化 SOP 同步整合至數據中台 (CDP) 並即時關閉個資使用，有效在 2024 減少個資停用相關客訴發生。

3.3.3 傾聽消費者的聲音

萄王生技短中期客戶服務方針為：

1. 加強客戶服務技能，提升人員訓練與專業認證。
2. 審視每個接觸點，包含建立客訴分級 SOP 與常見客訴問答資料庫。導入滿意度調查與 AI 優化的數據中台 (CDP) 系統整合客戶資料，分析、追蹤及管理客戶互動，整合自各地的數據，大幅強化行銷效率與客戶服務，實現個人化溝通，幫助有效洞察消費者需求，並由行銷自動化適時提供解方，掌握消費者互動機會與服務品質。
3. 建立專業客戶經營團隊，藉由數據分析與營養團隊，提供完善的「顧客價值」客戶經營體制。客戶可能同時隸屬多種虛實通路，故掌握全通路客戶屬性與常見問題，有助於提升客戶服務品質。另外，社群媒體行銷仍是消費者生活主軸。萄王生技亦提高新型社群媒體的高互動性和趣味性，使消費者增加購物靈活性，提升客戶滿意度。

3.3.4 顧客隱私的保護與權益保障

管理處 處長
王篤盛



我們將資訊安全管理機制納入所有部處的作業程序中，妥善管理員工智慧產出和公司機密，建立葡萄王生技成長的堅實基礎。

葡萄王生技以最高規格保護客戶個資及維護其權益，2024 年度持續取得 ISO/IEC 27001：2013 證書有效，並設有資訊安全暨個人資料管理委員會，由董事長擔任最高指導單位，委員會成員由各部门高階主管組成。

另本公司設有資訊安全政策如下：

1	資訊安全是本公司達成營運目標的要素之一。本公司需維護高度之資訊安全等級，以確保資訊資產的機密性、完整性、可用性。
2	維護本公司作業環境資訊安全之一致性，並兼顧資訊安全與資訊分享。
3	各項資訊安全管理規定，須符合政府資訊安全相關法令、規定與政策要求。
4	所有資訊作業相關措施，須確保本公司資訊之安全，防止敏感性與機密性資料外洩或遺失。
5	適當保護資訊資產（含軟體、硬體、網路通訊設施及資料庫等），採行合宜之備援回復設施及作業，防止未經授權或因作業疏忽對資訊資產所造成之損害，並定期演練前項備援回復作業。
6	本公司執行之專案，應有適當資訊安全管理措施，以確保相關資訊受到適當保護。
7	定期實施資訊安全教育訓練，加強資訊安全政策宣導。

資訊安全事故分級

事故等級	影響程度	事故分級定義	通報時段	通報層級
3 級	重大	符合以下其中之一者： ・重大 / 緊急事故涉及高隱私權衝擊、機密或敏感公務資料遭洩漏。 ・重大 / 緊急事故涉及核心業務系統或資料遭嚴重竄改。 ・一般安全事故涉及核心業務運作遭影響或系統停頓，無法於回復目標時間內回復正常運作。	7x24 小時	董事長、資訊安全暨個人資料管理委員會執行單位主管、權責單位主管
2 級	注意	符合以下其中之一者： ・重大 / 緊急事故涉及非屬高隱私權衝擊、機密或敏感之核心業務資料遭洩漏。 ・重大 / 緊急事故涉及核心業務系統或資料遭輕微竄改。 ・一般安全事故涉及核心業務運作遭影響或系統停頓，可於回復目標時間內回復正常運作。	7x24 小時	資訊安全暨個人資料管理委員會執行單位主管、權責單位主管
1 級	輕微	符合以下其中之一者： ・重大 / 緊急事故僅涉及非核心業務資料遭洩漏。 ・重大 / 緊急事故僅涉及非核心業務系統或資料遭竄改。 ・一般安全事故僅涉及非核心業務運作遭影響或短暫停頓。	7x24 小時	權責單位主管

本公司2024年並無涉及任何侵犯客戶隱私權或遺失客戶資料的相關行為，亦無發生任何資訊安全事件。其他完善防護如下：

1. 購健康個資使用的同意，提升為所有客戶均需勾選『同意使用個資』，以最嚴謹的方式，確保客戶同意且了解個資後續處理利用的規範。
2. 內部人員個資傳輸全面禁止於信件中夾帶個資檔案，改為以限定權限檔案夾方式存取，僅限有權限者進入個資資料夾內，以嚴格控管個資在企業內的流動。
3. 定期更改系統帳號密碼，以提升系統登入存取安全。
4. 定期向全體員工發送《IT Insights》電子郵件，持續推廣資訊安全觀念，並加強宣導，藉以提升員工的資安意識。