



3.0 研發創新

- 3.1 創新管理與專利
- 3.2 產學合作
- 3.3 永續產品
- 3.4 客戶服務



目標設定

客戶滿意度

品牌行銷

產品責任

2022-2023 年目標

- 藉由客戶訪談與電話後滿意度調查確保服務品質，並列入考核制度，以確保服務流程順暢
- 人員持續再訓練，由專業營養師重新針對全產品進行再訓練，以提升產品專業度
- 整理客戶常詢問問題並建立完整資料庫，確保服務品質一致性與正確性
- 導入話務管理系統，提供完整的語音客服解決方案，提升服務品質與回應效率

- 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，於廣告宣傳上，皆以符合食品安全法為原則，內部持續實行廣告審核機制，在行銷策略上，我們持續根據消費者需求推出新產品搭配新的宣傳方式，持續深化既有忠誠客戶及拓展年輕族群

- 維護國人健康是葡萄王的使命，目前規劃 2-4 支用以預防及減少國人各類健康相關問題
- 為讓民眾能夠輕鬆享受生活無負擔，計畫開發 2-4 支機能性休閒食品
- 為讓永續概念深植產品開發核心，預計開發產品 1~2 支，使用無塑紙材、可回收物料，以及符合 SDGs 精神之原料與配方設計
- 維護寵物族群健康，進行寵物食品開發 1~3 支
- 可回收塑膠材質為我司大宗使用包材之一，將持續廣設回收據點
- 瓶標物料印刷，規劃以對環境較友善之柔版印刷取代凹版印刷
- 機能性飲品新品，規劃使用可減塑三分之一的製程進行產品開發
- PKL 吸管與吸管套評估使用生物可分解材質取代塑膠

2024-2025 年目標

- 確保服務流程順暢和服務品質，藉由滿意度調查定期檢視指標，以提升「完全滿意」的比率為目標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
- 針對客訴問題建立 SOP 與客訴分級制度，以提升危機處理的效率
- 針對消費者提升服務價值建立與消費者的連結，如手寫生日函與健康關懷營養師致電等，消費者感受到重視，以建立消費者的信任感

- 建立代工品牌相關機制，佈建相關推廣素材，以 ODM/OEM 開始，積極佈局國際市場。未來不排除以自有品牌方式，進入各地

- 依據國家發展委員會調查，台灣將在 2025 年邁入超高齡化社會，藉由針對銀髮族各式常見疾病，例：阿茲海默症、巴金森氏症或肌少症等，開發新品，讓銀髮族能夠樂活每一天
- 減少貧富差距造成的健康問題，規劃平價保健品，讓國人能以經濟實惠的價格做到日常保健
- 鋁箔材質為我司大宗使用之物料材質之一，將評估回收處理方式的可行性

2026 年以後目標

- 完整客服團隊與營養師團隊，回應客戶服務相關諮詢，並針對健康、飲食、生活提供完整建議

- 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

- 塑膠包材具有難以分解特性，導致塑膠垃圾易造成堆積問題，規劃使用生物可分解之包材取代原有 HDPE 包材，用以減少塑膠容器使用比例
- 持續針對當前國人健康問題進行產品開發

回應 SDGs

8 體面工作和經濟增長



8 體面工作和經濟增長



9 產業、創新和基礎設施



8 體面工作和經濟增長

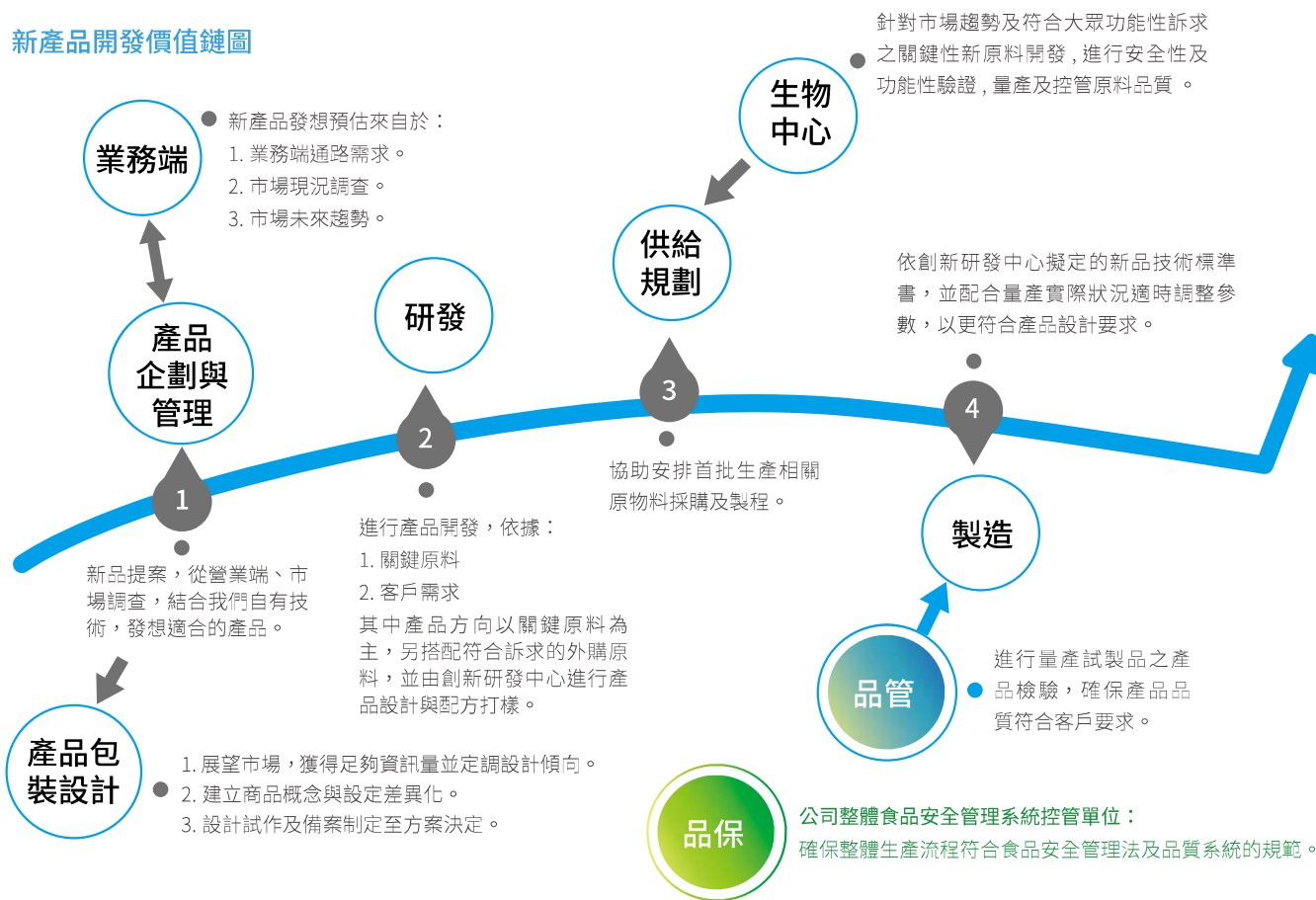


9 產業、創新和基礎設施



3.1 創新管理與專利

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 ● 因應老齡化社會及肺炎疫情持續發生狀況，進行相關功能性之素材篩選及研究，如：肌少症、腎損傷、不易形成體脂肪、預防神經退化機轉、抗病毒等 ● 生物中心預計 2022 年將提出 10 件以上關於素材功能性應用專利申請，創新研發中心亦將提出 1~3 篇專利申請，並根據產品開發之策略提出相對應之新型專利
	中期 ● 完成三項新穎性生技保健原料量產：改善憂鬱、降低成癮性、經前症候群、過動症、改善重聽、帕金森氏症、睡眠改善、肺部保健、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：抗老化、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：改善憂鬱、降低成癮性、經前症候群、過動症、改善重聽、帕金森氏症、睡眠改善、肺部保健、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	2021 年度創新研發中心新進 6 名碩士學歷人員。
具體實績	✓ 榮獲 SNQ 國家品質標準產品總計 3 項 ✓ 持續進行乳酸菌原料、蟬花、猴頭菇等關鍵素材的功效延伸 ✓ 獲葡萄王纖益薑黃複方膠囊榮獲營養保健食品創新獎



2021

永續報告書

前言

1 誠信治理

2 產品責任

3 研發創新

4 幸福職場

5 社會共榮

6 綠色環境

附錄

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。2021 年針對發酵製程設備提升，投入冷凍乾燥機 150L 五台、液態氮速凍機兩台、離心機一台、電透析一台及模擬移動床一台設備約 5,700 萬元。2021 年度葡萄王生技投入於創新研發費用共計 292,228 仟元。

重要記事

2021 年度重要記事

- 榮獲 SNQ 國家品質標準—營養保健食品類 / 保健食品組—寧康福、康悅兒、貝納 Q10，總計 3 項產品

2021 發明展獲獎

1	「桑黃萃取濃縮物、其製造方法置其用於製備改善睡眠之組成物的用途」及「鼠李糖乳桿菌 GKL1、組合物及其改善酒精性肝損傷、胃損傷及 / 或腸損傷之用途」榮獲烏克蘭國際發明展 2 金獎獎
2	「乳雙歧桿菌 GKK2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途」及「用於預防及 / 或改善急性肺損傷之編碼或聚核苷酸絲體活性物質、其製備方法及用途」獲得波蘭華沙發明展大會 2 面金牌獎
3	「鼠李糖乳桿菌 GKL1、組合物及其改善酒精性肝損傷、胃損傷及 / 或腸損傷之用途」獲得歐洲國際發明展金獎及波蘭大會特別獎；專利技術「蟬花菌絲體活性物質用於製備預防、延緩或治療眼病後房膜擴張、玻璃體液擴張及 / 或視網膜脫離之組成物的用途」獲得金獎獎之肯定
4	「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」、「一種胚芽乳酸桿菌、組合物、培養方法及降血脂、降低肝機能指數、降尿酸及 / 或引發炎的用途」獲得上海國際發明創新博覽會共 2 面金牌獎
5	「短乳桿菌 GKOY、含其之組合物及改善憂鬱症與促進神經功能之用途」、「蟬花活性物質及其用於預防、延緩或治療白內障之用途」獲得馬來西亞發明展 2 金肯定
6	「蟬花菌絲體活性物質用於改善慢性阻塞性肺病的用途」、「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」、「乳雙歧桿菌 GKK2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途」獲得泰國發明展 3 面金牌肯定

7	「發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途」及「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」榮獲第 74 屆俄羅斯聖基米德國際發明展 2 面金牌
8	「蟬花菌絲體活性物質用於製備預防、延緩或治療眼病後房膜擴張、玻璃體液擴張及 / 或視網膜脫離之組成物的用途」、「乳酸桿菌屬、其醫藥組合物及可食用組合物於治療、預防或改善骨質疾病的用途」榮獲日本東京創新天才發明展 2 面金牌獎
9	「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」及「用於改善生殖功能的羊肚菌之活性物質、其用途及其組合物」榮獲 2021 年非洲國際發明展 2 面金牌
10	「羅伊氏乳桿菌 (Lactobacillus reuteri) 菌株 GKR1 用於製備降低尿酸之組成物的用途」榮獲加拿大發明展金牌獎及波蘭特別獎、「虎乳靈芝菌絲體活性物質用於製備抗痛劑組合物之用途」榮獲加拿大發明展金牌獎及美國特別獎
11	「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」榮獲 2021 倫敦發明展金獎獎及美國特別獎、「蟬花菌絲體活性物質用於製備預防、延緩或治療眼病後房膜擴張、玻璃體液擴張及 / 或視網膜脫離之組成物的用途」榮獲 2021 倫敦發明展金獎獎及日本特別獎
12	「羅伊氏乳桿菌 (Lactobacillus reuteri) 菌株 GKR1 用於製備降低尿酸之組成物的用途」榮獲 2021 克羅埃西亞發明展金牌獎及加拿大特別獎、「用於製備預防、延緩或治療胃部組織病變之複方組合物及其用途」榮獲 2021 克羅埃西亞發明展金牌獎及波蘭特別獎
13	「發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途」及「預防聽力退化的活性物質、含其的組合物、及其製備方法」榮獲 2021 美國國際發明展 2 面金牌
14	「發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途」、「用於改善生殖功能的羊肚菌之活性物質、其用途及其組合物」榮獲 2021 台北 INSPIRE 銀牌獎及銅牌獎
15	「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」、「用於製備預防、延緩或治療眼病組織病變之複方組合物及其用途」及「虎乳靈芝菌絲體活性物質用於製備抗痛劑組合物之用途」榮獲 2021 IICC 3 面金牌肯定

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。

2021 年生物工程中心與國內外合作計畫及獲得之專利有：

- 國科會、農委會、教育部及各大專院校之產學合作計畫約 40 件
- 至今已持有 124 項專利權，2021 年專利申請共 39 件，專利取得共 32 件

耗資 16 億台幣打造之葡萄王生物科技研究所，於 2019 年建置完成。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、四座 20 噸、四座 40 噸及一座 50 噸等大型發酵槽，加上百升級小型發酵槽，共 80 座發酵槽，全集團發酵產能提升至 386 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。

在葡萄王生物科技研究所的部分，則有兩座 5 噸、兩座 15 噸、一座 20 噸及一座 40 噸發酵槽，共計 100 噸之產能，已投入菇類及乳酸菌發酵原料生產及研發，並正式量產，2021 年度龍潭分公司投入生產達 52 項產品品項，總產出量為 69,848 公斤。

配合生物中心之獨有菇菌類發酵技術，擁有全台最大發酵產能 386 噸，領先同業十年，利用數十項專利製程技術，再結合獨有素材與外購原料，研開發獨特配方，除經典產品：靈芝王、樟芝王、益菌王之外，新產品研發如：人蔘蜆 B 群、晶透雪亮飲、田七瑪卡王也廣受大眾喜愛。

此外，多項開發商品榮獲肯定，如：葡萄王靈芝王、樟芝王菌絲體膠囊、衛傑膠囊、糖の安欣膠囊、舒敏優靈芝菌絲體膠囊、葡萄王黃金康貝特能量飲料、康貝特能量飲料（護肝認證版）及葡眾猴頭菇菌絲體膠囊等八項產品獲健康食品字號認證。在 2016 至 2021 年，益菌系列持續獲千名網友票選為 YAHOO! 健康品牌風雲賞大獎！

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：

- 蟬花菌絲體→ 保護腎臟功能及抗乾眼症
- 猴頭菌絲體→ 富含 Erinacine A 可誘導神經膠細胞產生 NGF(Nerve growth factor)
- 馬來西亞國寶虎乳靈芝 (Lignosus rhinoceros) → 抗氣喘
- 紫丁香蘑菌絲體→ 產生抗氧化成分 Ergothionione

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：

- ✓ 乳酸菌原料之酒精性肝損傷、降血糖、延緩老化及預防憂鬱菌株篩選
- ✓ 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

生物工程中心也接受委託代工，包含：

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

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 124 項專利權，2021 年專利申請共 39 件，專利取得共 32 件：

2021 年取得之專利			
	專利名稱	國家	專利號
1	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	中華民國	I715177
2	包埋益生菌之顆粒結構	中華民國	M605965
3	含鈣顆粒結構	中華民國	M605957
4	蟬花菌絲體活性物質用於製備預防、延緩或治療眼病前後房擴張、玻璃體液擴張及/或視網膜脫離之組合物的用途	加拿大	3032527
5	副乾酪乳鏈球菌 GKSG 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途	中華民國	I718402
6	羅伊氏乳桿菌 (Lactobacillus reuteri) 菌株 GKR1 用於製備降低尿酸之組成物的用途	中華民國	I719691
7	蟬花菌絲體活性物質用於製備預防、延緩或治療眼病前後房擴張、玻璃體液擴張及/或視網膜脫離之組合物的用途	新加坡	10201902959J
8	用於預防及/或改善急性肺損傷的蟬花菌絲體活性物質、其製備方法以及用途	韓國	10-2223608
9	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	中國	2016 1 0002997.3
10	用於預防及/或改善急性肺損傷的蟬花菌絲體活性物質、其製備方法及用途	中華民國	I723368
11	乳酸桿菌、其醣類組合物及可食用組合物於治療、預防或改善骨質疾病的用途	日本	6852111
12	虎乳靈芝菌絲體活性物質用於製備抗病毒組合物之用途	中華民國	I724890
13	用於製備預防、延緩或治療眼部組織病變之複方組合物及其用途	中華民國	I726255
14	發酵乳桿菌 GKGF3、含其之組合物及改善精神失調之用途	日本	6869312
15	桑黃萃取濃縮物、其製造方法及其用於製備改善睡眠之組成物的用途	中華民國	I729928

16	發酵乳桿菌 GKGF3、含其之組合物及改善精神失調之用途	中華民國	I731279
17	乳雙歧桿菌 GKKG2 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途	美國	11,058,733 B2
18	植物乳桿菌菌株、含其之組合物、其製造方法及其用於製備抑制或減少口腔病原菌之組成物的用途	中華民國	I733207
19	蟬花活性物質及其用於降低眼壓之用途	中國	2016 1 119508.8
20	乳雙歧桿菌 GKKG2 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途	中華民國	I740057
21	用於改善生殖功能的羊肚菌之活性物質、其用途及其組合物	美國	11,116,807 B2
22	調節鞣固酮的組合物及其用途	中華民國	I740199
23	胚芽乳酸桿菌 GKM3 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途	日本	6949906
24	蟬花活性物質及其用於預防、延緩或治療白內障之用途	加拿大	2986975
25	猴頭菇菌絲體萃取物製備用於改善中樞神經系統髓鞘化之醣類組合物之用途	日本	6952812
26	鼠李糖乳桿菌 GKLC1 用於製備預防或治療腎功能異常組合物的用途	中華民國	I745003
27	副乾酪乳鏈球菌 GKSG 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途	美國	11,197,901 B2
28	GKM3/GKSG 乳桿菌及其組合物促進血鈣並改善骨質疏鬆的用途	美國	11,185,563 B2
29	蟬花子實體萃取物、其製造方法及其用於降低眼壓之用途	中華民國	I749362
30	蟬花菌絲體活性物質用於製備預防、延緩或治療眼部病變的組合物的用途	中國	ZL 201811103244.7
31	短乳桿菌 GKJOY、含其之組合物及改善憂鬱症與促進神經功能之用途	中華民國	I750788
32	乳雙歧桿菌 GKKG2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途	日本	6985342

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

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

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，主要將產品分為七大類，2021 年共開發 227 件產品。

產品	漢方保養	健康調節	女性美妍	學齡保健	機能飲品	特殊保健	觀光工廠
系列							
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	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	針對女性消費者關心的健康議題補充其所需的營養	針對學齡前兒童所需補充的營養素開發產品	一系列能量補給飲品，能及時補充能量	針對消費者補充其所需的營養成分，如增加並延長飽足感	2017 年葡萄王觀光工廠成立，協助開發故事館內具葡萄王特色產品
產品舉例	- 人蔘王精華飲 - 靈芝王精華飲（減糖版） - 田七瑪卡王精華飲 - 牛樟芝膠囊 - 花旗蔘護眼飲	- 益生菌腸道膠囊 - 排便免疫益生菌 - 葡萄王 Q10 納麴王 plus - 蜂王芝麻素 - 魚油 plus - 人蔘蜆 Plus B 雙層加強錠	- 晶透膠原彈力飲 - 私密保養粉包 - 御級珍珠膠原粉末顆粒 - 逆零粉包 - 美容膠原飲	- 益菌王好寶貝 - 兒童成長益生菌 - 長高素 - 好寶貝 QQ 軟糖（無糖版）	- 多益點益生菌飲料 - 康普茶 - 接骨木莓飲 - 葉黃素精華飲	- 馬卡膠囊 - 酵素纖維粉包 - 肌力 UP UP - 燃脂代謝錠 - 纖暢凍 - 經前症候群巧克力	南瓜子脆餅
2021 年新品開發件數	13 件	69 件	24 件	12 件	30 件	78 件	1 件

2021 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

2021 年度新品成果發表會如期舉辦，產品開發方面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

2021 年度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）與軟袋（液劑、果凍飲）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。



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。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。

葡萄王生技發酵技術豐富，為各系相關系所學生校外教學參觀生技產業首選之一，學習理論知識與實際應用關係與連結，達到學以致用的目的。以近三年為例，訪廠參觀達 89 場，總人數達 2,939 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。

完成安全性試驗產品：靚妍飲、勇健王粉末顆粒

完成功效性試驗產品：靚妍飲、百克斯、勇健王粉末顆粒（2018）

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 9 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。另外除了支持教育部人才培訓計畫，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。

3. 參與演講及學術發表

葡萄王生技研發單位更受邀至各產、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。我們亦將豐碩的研發成果發表於期刊論文及研討會論文。2021 年共計發表期刊論文 30 篇，研討會論文 1 篇，研討會海報 25 篇。2021 年更擔任台灣乳酸菌協會理事長，為推動乳酸菌之研究發展、資訊交流與產業應用不遺餘力。



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 80 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產量平台服務，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 永續產品

葡萄王生技持續地在產品開發上為社會及環境貢獻一份心力，希望每一項產品都能在市場可負擔的價格內提供消費者優質的營養價值。葡萄王生技亦於產品包裝方面持續改進，目前多款產品皆以採用輕量化包材以減輕資源消耗。目前共有三十多種產品包裝施行瓶身回收計畫，回收後之空瓶皆交由環保業者分解為粒料使用。我們希望透過永續產品的研發，讓葡萄王生技負起品牌責任及提供更優質的產品於消費者。

3.3.1 產品營養成分

葡萄王生技之產品皆依產品定位及客群需求設計其營養素，如下列幾款主要熱銷產品範例：

產品	康貝特系列	爆能能量飲料	人蔘蚬 PlusB 群	勇健王粉末顆粒	御級珍珠膠原	田七瑪卡王	靈芝王精華飲
圖片							
客群	勞力工作者、上班族	學生族群、上班族	缺乏 B 群，需提高能量代謝效率之族群	鈣質缺乏，需補充鈣質之族群	女性美妍族群	體能耐力補給需求之族群	內補元氣，滋養強身需求族群
營養素	肌醇、牛磺酸、咖啡因、維生素 B 群、胺基酸、礦物質	牛磺酸、咖啡因、肌醇、維生素 C、B 群	B 群、黃金蚬萃取物、人蔘粉	非變性二型膠原蛋白、維生素 D3、鈣、維生素 K2、大豆異黃酮	膠原蛋白、維生素 C、珍珠粉、酵母萃取物	瑪卡萃取物六倍濃縮、蛇床子萃取物、葡萄糖胺、L-精胺酸、瓜拿納萃取物、田七花葉萃取物膠、人蔘萃取物、菸鹼醣胺	靈芝菌絲體發酵液、靈芝子實體萃取物
功效	健字號抗疲勞功能（黃金康貝特）、增強體力、精神旺盛、營養素補充。	精神旺盛、營養素補充	快速補充體力、根本打底顧元氣	幫助牙齒骨骼正常發育、關鍵靈活力	養顏美容	體能耐力補給	內補元氣，滋養強身

葡萄王生技已於 2021 年 12 月將人道照護與動物實驗政策上傳官網

葡萄王生技致力落實以下動物實驗友善之政策，並嘗試減少動物實驗之進行。目前主要實驗以細胞測試之方式取得可信數據為主，並盡量於符規範圍內盡量避免選擇活體動物進行試驗，以減少動物之不適與痛苦。葡萄王生技希望藉此行為與地球共存，亦降低愛護動物之消費者於購買時之心理負擔。

另外，為關懷與照顧弱勢族群的健康，我們在桃園設有自有觀光工廠，希望透過回饋鄉里及民眾，提供平實的產品價格，讓有需要的民眾皆能以實惠的價格購買到各式葡萄王的保健產品。



葡萄王生技亦考量到產品使用客群之健康條件，部分產品從產品設計端即開始減少糖分使用；如黃金康貝特透過使用赤藻糖醇降低糖之使用量，勇健王粉末顆粒則以羅漢果萃取物作為天然甜味劑使用等。另有部分 ODM 採用無人工化學物之有機原料製造，期望能帶給消費者更天然健康的產品。

另因目前國外趨勢是將機能休閒化，進行規劃各式零食、飲品或沖泡包等各式休閒食品，並添加各式機能性原料，以期民眾能在吃零食之餘亦能得到健康支持，如康爾多多濃牛奶餅，可以幫助補充鈣質及維持腸道消化，優適好寶貝 QQ 軟糖可以在吃軟糖之餘，維持眼睛晶亮。

3.3.2 產品綠色包裝設計

葡萄王生技長期以來致力於包材輕量化、環境友善材質的設計，以減輕對環境的危害。玻璃瓶輕量瓶：康貝特飲品現使用製造厚度均勻兼顧外型美觀的輕量瓶，玻璃輕量瓶的瓶壁厚度約只有傳統玻璃瓶的一半，重量也隨之變得更輕，均勻性更佳，維持原有的安全性，不僅可顯著減少玻璃的使用量，也明顯降低運輸所需能源。

1. 採用鋁罐設計：葡萄王生技 PowerBOMB 能量飲料以鋁罐作為包材，因鋁為 100% 可進入回收體系的資源，可多次的進行回收與再製，未來公司將朝向輕量化包材做為主要容器，降低資源開採的環境衝擊。

2. 環境責任原料採用：目前生技鋁箔包系列產品（佔葡眾營收比例 29.4%），100% 使用森林監管委員會（Forest Stewardship Council, FSC）認證綠色紙漿進行包材生產，以期確保使用紙材來源為正當且管理正確的森林，避免樹木濫墾濫伐。2019 年開始，葡萄王生技多款產品採用可回收之塑膠瓶，經葡萄王生技由消費者手中回收後交由

臺灣環保科技廠商分解為塑膠粒料並提供給經認證之環保廠商投入生產再運用。我們要求環保廠商提供塑膠粒料流向以供葡萄王生技查核，確保塑膠粒料能以其他形式被消費者再次使用。未來葡萄王生技也將擴大可回收產品包裝至更多產品系列，降低產品包裝對環境的影響。



3.3.3 嶄新行銷模式

2021 台灣面臨前所未有的防疫危機，進入三級警戒，身處在保健食品產業的葡萄王，秉持著健康理念，為社會大眾做好健康把關，提供多元保健食品給大眾，台灣葡萄王受到社會保健意識提升的輔助，表現亮眼，1-12 月成長 37%，自有品牌更是來到了 25%。在 2021 年歸納出五大策略：

1. 跨足休閒飲品，多元行銷合作

葡萄王在 2021 年 6 月正式向市場推出多益點益生菌飲料、康普茶雙纖飲，將國人在意的排便順暢及新陳代謝議題加入飲料中，並且找來吳姍儒作為康普茶代言人，引起網路口碑討論大獲好評，上市半年更創造了銷售近 400 萬瓶的佳績，成為同類快銷飲品市場第一。此外，葡萄王康貝特不斷以葡式幽默的品牌創新方式將品牌年輕化，持續以金鐘影帝吳慷仁擔任康貝特代言人，以及金曲歌王 Leo 王所組成的團體夜貓組擔任 PowerBOMB 代言人，並與年度職人劇《火神的眼淚》合作，與消防員的力量和能量結合，10 月份更推出動漫《七龍珠 Z》的限定版包裝，在通路活動的加持之下，掀起一陣蒐集熱潮。休閒飲品與機能飲料的相輔相成之下，2021 整體飲料業績成長達 21%。

2. 虛擬通路持續拓展

在台灣進入三級警戒之際，虛擬通路掌握累積多年的大數據資料庫進行分析，掌握顧客消費習慣，給予有益的素材及相對應的促銷方案，此外，我們擁有自己的會員制度，目前已達 12 萬人，即使疫情影響讓大家減少外出，自有商城及觀光工廠實體店面也能夠透過 OB 部門，讓消費者可以買得到。2021 年 5 月推出的《超越奇蹟鹿胎盤活化膠囊》，找來金鐘影后天心代言，為輕熟齡族群提供多方面的保健照顧，即使甫推出就碰上疫情緊繃時刻，在數位投放與虛擬商城的多方管道配合下，更成為自有商城的主力產品之一，薑黃、益菌、瑪卡等都擁有不錯的銷售成績。

3. 代工品牌好口碑

葡萄王自 2016 年起開始，逐步將海外佈局建立起明確的品牌概念，我們以「Championing Family Health, Together」為主概念，結合葡萄王領先的菌類及益生菌發酵技術，拓展葡萄王的海外代工品牌，傳遞「只

要想成為當地的保健食品的廠商，我們就是最好的 Partner」，並以成為家喻戶曉的健康專家為目標持續努力。2021 年與多位藝人、網紅進行洽談，以 GK LIFESHINE 作為聯名合作品牌，打造代工品牌好口碑，2021 年代工業務合計達成 84% 的成長佳績。

4. 優化自有數據平台

• 數據系統

顧客與企業溝通的管道越來越多元，全通路互動模式正在飛速成長，葡萄王生技持續優化數據平台，並朝向多數據整合前進。將散落在各自系統內的龐大數據藉由資訊的整合，360 度了解會員購買、興趣、聯繫紀錄等相關數據，並依此進行流程再造與新產品策略。

• 定配系統

2021 年持續推廣樟芝等產品加入定期配送，目前定期配送客戶已破千人，樟芝月定配出貨金額佔樟芝月銷售金額提升至 7 成，在針對定配續配狀況提升規劃活動下，樟芝定配續配率穩定在 60% 以上，後續也會積極進行薑黃等產品加入定配的比率提升策略。

• CRM 系統

因應會員數持續增加，引進 CRM 系統，將會員所有歷程完整記錄，並針對消費習慣，訂購頻率與行銷通路回應狀況，將會員分群管理，並規劃完整會員經營歷程。從 DM 到關懷小組電話完整針對會員規劃，不僅是單次購買，也開啟了後續經營維運的會員完整歷程。未來將可 360 度紀錄會員的互動歷程，藉由大數據的分析找出會員潛在需求的商品，後續規劃引進行銷自動化系統，讓會員經營更即時並能自動針對會員行動做出對應的行銷互動，經由全方位商品提供完整的健康相關建議並滿足會員的健康需求，提升消費體驗。



專欄：白瓶傳愛

2021 年執行「白瓶傳愛」公益活動，環保部將約 200 公斤重之回收空瓶，於 3 月交由廠商製成再生塑膠粒，回收再利用。本活動透過日常的回收運動將空瓶妥善利用與再生，不僅滿足消費者對於日常保健需求，更鼓勵大眾從在生活中實踐環保應，於 2019 年 6 月 8 號世界海洋日開始號召消費者一同認識國際 ESG 永續潮流並同步與聯合國永續指標 SDGs 接軌，讓葡萄王生技透過自有品牌的「白瓶傳愛」活動，並結合「葡萄王健康活力能量館」及「虛擬通路部」等兩大通路共同辦理，讓我為地球健康盡一份心力。

本次活動辦理方式，將透過消費者自主將「葡萄王生技產品塑膠空瓶」寄回至「虛擬通路平鎮收件窗口」或親送至「葡萄王健康活力能量館」，消費者每提供回收空瓶「三瓶」，公司即提供「葡萄王購健康」與「葡萄王健康活力能量館」滿千送百折價券，「葡萄王健康活力能量館」將再額外提供輕食區手作餐點八折優惠，以鼓勵消費者共襄盛舉，到 2021 年為止回收的白瓶總數 7,980 個白瓶，我們也將持續支持消費者透過回收運動將塑料白瓶妥善利用與再生，在生活中實踐綠色生活的環保行動。

「白瓶傳愛」執行流程



3.4 客戶服務

管理方針	重大議題 - 客戶服務
政策	隨著客戶數量逐漸增加，藉由數據的分析與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，明確流程，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 - 藉由客戶訪談與電話後滿意度調查確保服務品質，並列入考核制度，以確保服務流程順暢 - 人員持續再訓練，由專業營養師重新針對全產品進行再訓練，以提升產品專業度 - 整理客戶常詢問問題並建立完整資料庫，確保服務品質一致性與正確性 - 導入話務管理系統，提供完整的語音客服解決方案，提升服務品質與回應效率
	中期 - 確保服務流程順暢和服務品質，藉由滿意度調查定期檢視指標，以提升「完全滿意」的比率為目標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 - 針對客訴問題建立 SOP 與客訴分級制度，以提升危機處理的效率 - 針對消費者提升服務價值建立與消費者的連結，如手寫生日函與健康關懷營養師致電等，讓消費者感受到重視，以建立消費者的信任感
	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 CRM 與 CTI 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檔，以提升客戶接觸體驗與滿意度
具體實績	✓ 建立常見問題資料庫，並針對回覆諮詢專業人士，以確保回覆正確且一致建立 CTI 系統提升客服與話務品質 ✓ 針對消費者進行售後與客服服務後滿意度量化調查，定期檢視調查結果與進行優化 ✓ 全產品再訓練課程，提升客服人員專業度 ✓ 建立客服流程 SOP，針對客訴類型進行分類與對應的最佳化處理流程

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。2021 年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，方式包含日益增加的 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。

2021 年亮點投入

客戶是公司的最重要的資產，客戶滿意度為企業的長期成功提供了動力，會員持續增長，藉由系統的協助與 AI 工具讓我們更了解客戶，並能提供客戶所需要的是 2021 年執行的重點，也因此於 2021 年建置完成的 CTI 數位話務管理系統，除可優化客服品質外，也能蒐集客戶進線與服務的回饋，並且同時也開啟了網路使用後滿意度問券於各節點蒐集客戶的回饋，以更為了解客戶的需求。

除此外持續的人員優化，提升產品專業能力與客服能力也持續在進行中，除由專業營養師進行商品再訓練外，也持續招募護理，營養專業人才進入會員服務團隊，以期能提供更專業的服務。

隨著數位轉型的腳步，客戶服務也同時規劃針對現有系統進行更密切的串接，讓每個客戶的歷程都能完整且有效益的被紀錄與運用，以能創造更滿意的消費體驗。



客戶滿意度調查結果

類別	2019 年	2020 年 ^{註 1}	2021 年 ^{註 2}
非常滿意	—	15%	41%
滿意	—	75%	51%
尚可	—	5%	7%
較不滿意	—	5%	1%
很不滿意	—	0%	0%

註 1：針對訪談共 40 位會員詢問滿意項目與不滿意項目，並依此進行滿意度估算。

註 2：針對網路消費之客戶消費後線上問卷蒐集共 1,380 則。

3.4.1 客戶服務流程與行銷策略創新

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，2021 年葡萄王生技採「確保 4 小時內回覆處理進度，24 小時處理結案」，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除原先的電話服務新增中午時段（PM12：00-PM1：00）以利消費者午休時間諮詢外，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	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	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		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	初步受理消費者來電 ① 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					
結案回覆	成分瑕疵 無法解決再上訴	② 接受通知 客訴系統流程	③ 收件 客訴品質檢驗 確認檢驗內容及判定	④ 樣品品質追溯 抱怨案件追溯	⑤ 退貨退款 折讓處理	⑥ 理貨 / 收退貨	⑦
	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	

3.4.2 傾聽消費者的聲音

2021 年以兩個方式進行調查：

一、對於網路消費後的客戶，進行線上問卷訪問，詢問消費歷程與產品相關及保健需求等相關問題，並逐月進行問卷結果檢視

二、客服進線服務後，進入電話語音問卷調查，針對服務態度，解決問題的能力進行線上問卷，以了解客服解決問題能力與客戶觀感。2021 年客訴主要以贈品使用與功能為主，其餘多為個資相關為主，針對贈品的客訴，已進行贈品選品的改善確保品質避免影響客戶觀感。2021 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，讓客訴可有效的被解決，並能內部檢視，減少後續同類型客訴的發生機會！葡萄王生技在客服人員的訓練上進行較顯著的轉變，為客服人員以專業的方式有效回應客戶的問題，解決客戶的疑慮並把消費者所帶來的資訊及建議，以系統化的方式改善現有流程以減少客訴的數量。經由持續的訓練與話術的精進，確保消費者得到滿意的服務減少後續演變重大客訴的機會。

對於個資使用的客訴與日俱增，主要在於個資客戶要求停止使用後，因系統較繁雜，且即時性的個資清除較難隨時進行，故已於 CTI 系統內建置即時性個資停止使用的功能，可立即針對客戶的個資停止使用要求進行停用設定，除此也針對電子郵件於電子報系統設定拒絕電子郵件使用功能，可即時停止個資的使用，並且要求客服能於客戶要求個資停用時，與客戶說明後續流程與預計需要的工作時間，讓客戶可了解停用的作業與時間，減少對個資停用的客訴再發生。

3.4.3 顧客隱私的保護與權益保障

葡萄王生技以最高規格保護客戶個資及維護其權益，本年度取得 ISO/IEC 27001:2013 之認證，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，委員會成員由各部門高階主管組成，本公司 2021 並無重大的侵犯客戶隱私權或遺失客戶資料的相關投訴。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。

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 定期實資訊安全教育訓練，加強資訊安全政策宣導。

管理方針	重大議題 - 資訊安全管理	
政策	提昇全體員工資訊安全認知與意識。	
承諾	持續維運 ISO27001 資訊安全管理系統，以強化公司資訊安全。	
目標	短期	- 執行資安健檢及技術性檢測與修補 - 執行企業營運持續計劃演練 - 執行資訊安全教育訓練及宣導，強化員工資安意識
	中期	- 資安資源整合，保護企業營業秘密與資產 - 提升系統日誌可視性，加速事件回應
	長期	- 建置戰情室平台 - 依循 CIA 資安三要素，持續精進，永續治理
責任	全公司	
資源	人力：3 人（資訊部） 認證費：47 萬 授權費：31.9 萬（微軟授權） 資本支出：93.2 萬（端點管理系統） 系統：端點管理系統 設備：磁碟櫃	
具體實績	✓ 持續取得 ISO/IEC 27001：2013 證書有效 ✓ 資訊部每月進行資安稽核 ✓ 資訊安全宣導及電子郵件社交工程演練 ✓ 資安技術性檢測與修補 ✓ 雲端異地備份與還原測試	

