



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

短中長期目標與當年度達成情形	素材創新與產品營養	客戶服務	品牌行銷
2025年達成進度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 年度發表期刊數21篇> 20篇。 2. 年度申請專利數31件> 20件、取得專利數21件> 20件。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 電話客服滿意度高於95%以上。 2. 顧客數據平台(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。 	<ol style="list-style-type: none"> 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(2026-2027)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 因應市場快速需求，聚焦腸胃功能、代謝調節與睡眠壓力等高體感功效，導入可量化指標與消費者易理解訴求，加速商品化與銷售轉換。 2. 次世代益生菌(NGP)海外市場需求成長，目前亞洲發展相對仍處於初期，故將聚焦於臺灣本土AKK分離菌株之量產開發與科學驗證。 3. 生物中心及創新研發中心預計2026年將提出25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。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提升人員專業度，由專業營養師針對全產品進行再訓練，以提升產品專業度，客服人員每年參與專業機構訓練課程並取得檢核證書。 2. 建置客戶常見問題與客訴處理流程資料庫，確保問題能迅速且精準解決，提高服務效率與客戶滿意度。 3. 確保服務流程順暢與高品質，持續追蹤顧客滿意度指標，聚焦關鍵問題進行改善回饋與成效檢核，以提升「完全滿意」為核心目標。 4. 數位服務與永續推動，善用CDP平台進行數據分析與管理，並落實ESG策略，推動永續發展。 	<ol style="list-style-type: none"> 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(2028-2029)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以腸道-代謝-免疫-肌肉與體態管理等系統型功效為主軸，透過臨床試驗與各國法規符合性建立差異化，支撐跨品項應用與國際市場拓展。 2. 植物新藥規格建立及二期臨床試驗執行，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。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 人員持續再訓練，以提升產品專業度，運用所學內容，優化實際客服應對流程與話術，以提升整體服務品質與客戶滿意度。 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. 優化數據串聯與分析，提升客服應對效率，打造智能化的服務體驗，並深度落實ESG策略，實踐永續發展目標。 	<ol style="list-style-type: none"> 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(2030年後)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 聚焦健康老化、細胞能量與精準腸道調控等機轉導向功效，結合生物標記作為功效驗證指標，發展高壁壘功能素材，並延伸至美容保養品原料與長期科學品牌價值。 2. 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。 	<p>客服團隊採取主動式服務策略，以專業且全方位的回應，涵蓋訂購系統、商品解說、健康知識分享與生活習慣建議，不僅「解決問題」，更進一步「創造價值」，全面提升品牌的專業度與貼心形象。</p>	<p>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。</p>
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

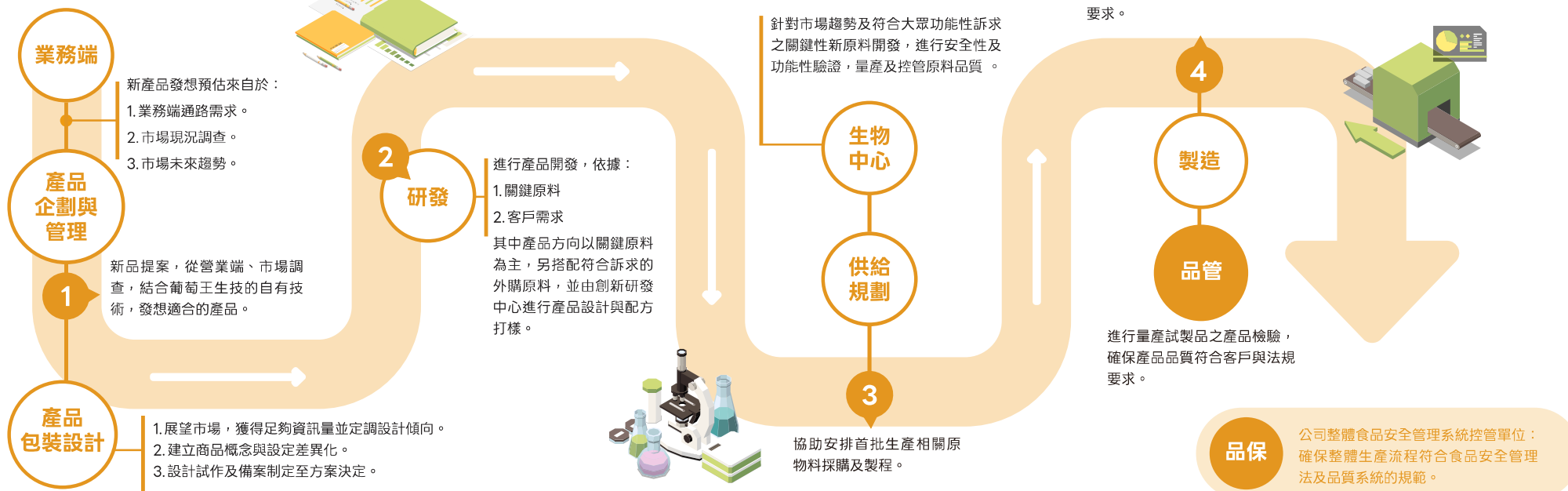


葡萄王生技的菇菌類發酵技術
為業界標竿，我們也將持續研
發，迎接社會未來的需求。

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	<ul style="list-style-type: none"> ● 因應市場快速需求，聚焦腸胃功能、代謝調節與睡眠壓力等高體感功效，導入可量化指標與消費者易理解訴求，加速商品化與銷售轉換。 ● 次世代益生菌(NGP)海外市場需求成長，目前亞洲發展相對仍處於初期，故將聚焦於臺灣本土AKK分離菌株之量產開發與科學驗證。 ● 生物中心及創新研發中心預計2026年將提出25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	<ul style="list-style-type: none"> ● 以腸道-代謝-免疫、肌肉與體態管理等系統型功效為主軸，透過臨床試驗與各國法規符合性建立差異化，支撐跨品項應用與國際市場拓展。 ● 植物新藥規格建立及二期臨床試驗執行，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	<ul style="list-style-type: none"> ● 聚焦健康老化、細胞能量與精準腸道調控等機轉導向功效，結合生物標記作為功效驗證指標，發展高壁壘功能素材，並延伸至美容保養品原料與長期科學品牌價值。 ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 2025年度生物科技研究所新進1名碩士 ● 2025年度創新研發中心新進5名碩士 	

管理方針	重大議題-創新研發
具體實績	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 國際發明展榮獲24面金牌、3面銀牌、1面銅牌、10特別獎 ✓ 榮獲第九屆經濟部國家產業創新獎-績優創新獎 ✓ 榮獲第九屆經濟部國家產業創新獎-創新菁英獎 ✓ 榮獲國家永續發展獎 ✓ 榮獲台灣生物產業發展協會傑出生技產業獎 產業金質獎 ✓ 【康爾動乳酸菌球顆粒】榮獲台灣生物產業發展協會傑出生技產業獎 年度創新獎 ✓ 【猴頭菇菌絲體粉】臺北生技獎創新技術獎-應用生技組 銅獎 ✓ 【益菌王旗艦EX400】榮獲乳酸菌協會創新產品 特優獎 ✓ 【機能性植物乳桿菌GKM3®】榮獲第21屆國家新創獎-企業新創獎 ✓ 【猴頭菇菌絲體發酵液粉】榮獲國家生技醫療品質獎 銅獎-營養保健食品類/特殊機能保健原料組 ✓ 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。生物科技研究所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。2025年度葡萄王生技投入於創新研發費用共計274,655千元。

創新研發資訊	單位	2023	2024	2025
研發總支出	仟元	289,545	291,906	274,655
研發崗位數	全職員工	123	147	144
研發支出佔銷售額的百分比	銷售額百分比	3%	3%	3%

2025年研發獲獎亮點成果：

2025年發明展獲獎			
項目	參展	專利	獎項
1	中東國際發明展	用於改善非酒精性脂肪變性肝炎的樟芝菌絲體發酵物、其製備方法及其用途	金獎
2		改善先天有氣運動能力弱者運動表現之複合益生菌組成物及其用途	銀獎/特別獎
3	俄羅斯阿基米德國際發明展	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	金獎/特別獎
4		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	金
5	馬來西亞MTE國際發明展	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	金
6		發酵乳桿菌GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途(SG)	銀獎/特別獎
7	馬來西亞ITEX國際發明展	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	金獎/特別獎
8		含乳酸菌醱酵產物之創傷外用組成物及其用途M3	金
9	歐洲盃國際發明展	發酵乳桿菌GKF3用於製備降低菸癮之口服組成物的用途(US)	金獎/特別獎
10		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	金獎/特別獎
11	日本天才展	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(JP)	金
12		桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途(JP)	金獎/特別獎
13	瑞士日內瓦國際發明展	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	金獎/特別獎
14		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	銅獎/特別獎

15	上海國際發明創新博覽會	猴頭菇菌絲體活性物質用於修復視神經之用途(TW)	金
16		一種胚芽乳酸桿菌、組合物、培養方法及排除體脂肪、降低肝腫大及/或抗發炎之用途	金
17		發酵乳桿菌GKF3用於製備降低菸癮之口服組成物的用途	金
18	韓國WiC世界創新發明大賽	用於改善非酒精性脂肪變性肝炎的樟芝菌絲體發酵物、其製備方法及其用途(TW)	金
19		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(TW)	金獎/特別獎
20		抑制植體周圍炎的組成物及其用途(TW)	金
21	IIIC國際創新發明競賽	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	金
22		發酵乳桿菌GKF3用於製備降低菸癮之口服組成物的用途	金
23		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
24	美國矽谷發明展	用於改善非酒精性脂肪變性肝炎的樟芝菌絲體發酵物、其製備方法及其用途(TW)	金
25		桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	銀獎/特別獎
26		發酵乳桿菌GKF3用於製備降低菸癮之口服組成物的用途	金
27	IIDC香港創新科技國際發明展	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	金
28		發酵乳桿菌GKF3用於製備降低菸癮之口服組成物的用途	金

註：更多獎項內容請見「[葡萄王生技獲獎紀錄](#)」。

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，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。

2025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25件，迄今有250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 245項專利權，2025年專利申請共31件，專利取得共21件：

2025年取得之專利

	專利名稱	國家	專利號
1	含有機酸活性物質之顆粒結構及其製備方法	中華民國	1868553
2	發酵乳桿菌GKF3用於製備促進皮膚傷口癒合及抗氧化之局部組成物的用途	中華民國	1869314
3	用於改善先天有氣運動能力弱者運動表現之複合益生菌組成物及其用途	日本	7619998
4	發酵乳桿菌GKF3用於製備降低菸癮之口服組成物的用途	新加坡	10202114093Y
5	桑黃菌絲體組合物促進鳶尾素(Irisin)及棕色脂肪細胞生成的製備及應用	新加坡	10202114090U
6	蟬花菌絲體活性物質用於治療黃斑部病變之用途	新加坡	10202202454Q
7	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	新加坡	10202202449T
8	含有乳桿菌的抗疲勞用之組成物	日本	7656681

9	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	馬來西亞	MY-207529-A
10	乳酸菌組用於預防或治療NSAID引發的胃潰瘍之用途	中華民國	1878748
11	戊糖片球菌GKP4之組合物及其調節血糖之用途	中華民國	1879630
12	約氏乳桿菌用於減輕高氧誘導肺損傷的用途	中華民國	1881616
13	預防及/或改善肺部組織病變、發炎或纖維化之組成物及其用途	中華民國	1882636
14	短菌絲菌絲體及其製造方法暨含此之口服組成物	中華民國	1886840
15	含有真菌蛋白之食品組成物及加工食品	中華民國	1890360
16	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	美國	領證中
17	含有桑黃GKPI之萃取物的提升運動表現用及降低運動疲勞用的組成物	日本	領證中
18	乾酪乳桿菌GKC1用於製備降低血清中內毒素含量之口服組成物的用途	中華民國	1902553
19	乳酸菌發酵上清液用於製備增加肌肉量之口服組成物的用途	中華民國	1905471
20	抗疲勞乳酸菌組成物及其用途	澳洲	領證中
21	益生菌減少乳酸堆積	美國	領證中

葡萄王2024年於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，降低污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發酵產能506噸，配合生物中心豐富的菌類發酵經驗，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康貝特能量飲料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：

- 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 → 抗氣喘
- 紫丁香菌絲體 → 產生抗氧化成分Ergothionion

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
- 酪酸菌原料之退化性關節炎人體臨床試驗

2026年我們將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，新劑型產品開發不受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，2025年共開發266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	果凍	外用品
說明	以漢方角度開發產品，結合葡萄王生技菇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，喝了再上！」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	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。	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。	配合市場消費者多樣選擇，產品多元化，開發外用品，拓展消費群。
產品舉例	御品雲芝王 猴頭菇複方膠囊 雙芝膠囊	益生菌粉包 複合維他命B錠劑 魚油軟膠囊	NAD凍齡膠囊 膠原蛋白粉 美白抗氧化膠囊	晶潤葉黃素飲 護食道飲品 療肺草活氣飲 消水腫飲	攝護腺膠囊 睡眠免疫代謝 減重粉包 護眼膠囊	貓眼鼻益生菌 貓狗益生菌	助排代謝果凍 膠原蛋白果凍 鈣鎂果凍 康普茶果凍 亮晶睛果凍	益生菌食器洗 隔離防護精華 溫和卸妝乳
2025年新開發件數	11件	85件	19件	51件	78件	3件	15件	4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）與葡萄王生物科技研究所（龍潭分公司），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

2025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

2025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，因疫情帶來零接觸電商網購商機，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。

近四年線上服務情形	單位	2023	2024	2025
線上業務銷售佔總營收的百分比	新台幣元(%)	71%	70%	69%

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。

5. 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。

3.1.3 數位轉型

PLM研發管理平台

為支持高品質之「一條龍整合服務」並精進研發治理，本公司於2025年全面導入PLM系統，透過串接BPM、SAP與電子簽核流程，實現研發數據之單一來源與跨部門即時協作。藉由數位轉型赋能，本公司提升研發響應速度與品質韌性，其中產品報價處理天數由2.4天縮短至1.5天，效率提升37.5%，且配方轉BOM流程實現一鍵自動生成，使作業時間減少約50%並降低人工輸入錯誤風險，確保開發之高度準確性。此外，系統目前已建立包含615筆配方之數位知識庫以確保研發技術傳承，並透過100%電子簽核取代紙本作業，年度預計節省約3,800張紙，落實綠色研發與永續治理之承諾。

智慧運營：AI、BI與RPA系統整合

為進一步強化企業韌性並驅動數位決策，本公司於2025年積極推動多維度的系統整合計畫。在數據治理方面，本公司專注於BI系統建置，透過即時數據分析強化決策品質，強化組織營運敏捷度。同時，啟動RPA以優化行政與生產之標準化作業流程，並導入AI技術應用 促進跨部門智慧協作，逐步提升整體作業效能。展望中長期，本公司規劃建置AI專屬資料庫，旨在建立智慧驅動的數位轉型引擎，持續加速研發創新，引領企業邁向新世代之競爭優勢。

智慧製造：MES與AIoT整合應用

為深化生產治理並強化製造效能，葡萄王生技於2025年正式導入MES（製造執行系統）並完成與ERP之深度串接，實現跨廠區生產資訊的電子化與即時監控。透過數位化轉型，本公司成功將三廠區及供應鏈共173台設備聯網，使整體設備聯網率提升至85%，為後續AI預測性維護奠定穩健之數據管理基礎。在品質管理與營運效益方面，MES可視化模組之建置使製程資料可視率提高27%，協助管理層即時掌握產線動向並提升決策效率；同時，藉由導入AOI（自動光學檢測）技術降低人工誤判，帶動產品良率平均提升約3.8%。此外，透過IoT與MES系

統之整合監控及停機原因電子化紀錄，本公司計劃中之兩條產線設備稼動率提升36%，實質優化了產線運作效率並減少閒置時間。

產業共好：智慧與低碳轉型「以大帶小」計畫

葡萄王生技積極響應國家永續發展政策，透過「以大帶小」計畫發揮產業龍頭影響力，引導供應鏈夥伴共同進行數位與低碳升級。本計畫成功協助夥伴企業建置IoT設備聯網與可視化監控機制，有效加速整體供應鏈之回饋速度。在低碳管理層面，本公司建立平鎮廠務管理平台，導入電、水、氣能耗監控與分析模組，不僅實現能源使用透明化，更形成能源效率管理基礎，支援後續AI預測性節能應用與碳排查計制度。此計畫結合淡江大學之指標驗證輔助與致茂電子之技術整合，打造具備自主開發能力之智慧製造平台，展現本公司結合產學能量、共創產業數位轉型範本之實績。

整合性平台

葡萄王生技建立One-StopService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

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，亦是各科系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93場，總人數達3,463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。

葡萄王生技與財團法人食品工業發展研究所合作，臺灣次世代益生菌（NGP）研發取得關鍵進展，成功從本土健康成人腸道中分離出 *Akkermansia muciniphila*（簡稱 AKK，俗稱「瘦菌」）菌株，並克服高難度的發酵技術瓶頸，正式完成 5 噸級大型發酵槽的產量計畫。

AKK 菌株以其調節代謝、改善腸道發炎及修復黏膜的功能備受全球矚目，但因其「絕對厭氧」的特性，產能規模化一直是產業的最大困難點。此次 5 噸級量產的成功，標誌著臺灣已建立從菌株篩選、精準發酵到規模化生產的完整供應鏈，未來將技術轉化為代謝調節與減重輔助等高端保健產品。

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。

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，2025年共計發表期刊論文20篇，研討會壁報論文32篇，研討會口頭發表29篇。

2025年同仁受邀參加多場海內外大型研討會發表演講，其中包括台灣微菌聯盟、第十五屆亞洲乳酸菌大會、台灣生物技術暨生化工程國際研討會、台泰論壇、台灣印尼產業連結高峰論壇、台日保健食品供應鏈合作商務會議、泰國植物萃取創新研討會、TQF台灣食品產業商務合作赴日代表團、日本食品開發展、比利時 enff 等等，發表本公司最新開發之發酵素材研發成果，如：真菌蛋白、次世代益生菌等研究，獲得許多研究學者及買家的詢問關注與迴響肯定。

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 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	隨著顧客規模擴大，透過數據分析、系統支援與人員訓練，強化顧客關係管理效能。精準掌握客戶需求，提供個人化且具專業水準的健康服務，提升互動品質與品牌信任，強化忠誠度與滿意度。	
承諾	以細緻服務為核心，結合標準化的處理流程，重視信任建立與關係經營，有效解決問題，致力打造高滿意度且值得推薦的客服體驗。	
目標	短期	1. 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，客服人員每年參與專業機構訓練課程並取得檢核證書。 2. 建置客戶常見問題與客訴處理流程資料庫，確保問題能迅速且精準解決，提高服務效率與客戶滿意度。 3. 確保服務流程順暢與高品質，透過定期檢視客訴案例，持續優化降低客訴比率，並以提升「完全滿意」為核心目標。 4. 優化顧客數據平台（CDP）數據分析，並落實ESG策略，推動永續發展。
	中期	1. 人員持續再訓練，以提升產品專業度，運用所學內容，優化實際客服應對流程與話術，以提升整體服務品質與客戶滿意度。 2. 持續優化客戶品質相關問答資料庫，確保服務品質的一致性，並積極提升客戶對產品與服務品質的信賴度。 3. 優化數據串聯與分析，提升客服應對效率，打造智能化的服務體驗，並深度落實ESG策略，實踐永續發展目標。
	長期	客服團隊採取主動式服務策略，以專業且全方位的回應，涵蓋訂購系統、商品解說、健康知識分享與生活習慣建議，不僅「解決問題」，更進一步「創造價值」，全面提升品牌的專業度與貼心形象。
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	投入人力資源於客服專業能力培育，包含外部客服訓練課程與內部產品知識再訓練課程，已建置CDP系統，作為客戶管理與客服品質管理之核心工具。完整記錄客戶經營歷程、聯繫紀錄及服務品質指標，結合AI分析與優化機制，以利提升客戶接觸體驗與滿意度。	
具體實績	<ul style="list-style-type: none"> 運用CDP分析數據，掌握客戶互動歷程，並持續更新QA與客訴SOP，確保資訊即時且準確，有效提升處理效率與顧客信任，進而促進品牌回購率。 服務品質表現穩定，2022至2025年間客訴量大幅下降逾六成，顯示改善成效顯著，透過問題追蹤與回饋機制，有效降低客訴比率。目前已進入穩定優化階段，服務品質將持續強化，全面提升客戶體驗。 客服人員均已完成內部全產品再訓練，並取得外部客服訓練課程結業證書，提升專業力。 透過「購健康」平台導入並推廣循環箱，2025年使用量達9.2%；葡葷子公司亦響應循環紙箱活動，實際回收640箱、捐助回收箱150箱共計790箱，提升消費者對環保包裝的認知與參與，藉此強化消費者對品牌永續理念及ESG作為的認同。 	

3.3.1 嶄新行銷模式

2025年世界時局、再加上極端氣候影響，整體消費市場面臨前所未有的挑戰。在充滿不確定性的時代，消費者渴望的不僅是健康，更是「穩定」與「安心」。葡萄王在研發技術及關鍵原料擁有深厚基礎，因此在主力商品仍有不錯的表現，未來還是會持續以創新的思維與精湛技術，共創健康新生活。

1. 話題新品，經典呈現

2025年經典品牌康貝特系列，持續加強話題新品「康貝特200PEX」，啟用全新代言人動力火車，以經典雙人組合，主打這支擁有在地情感的全新商品，帶動14%的成長，另外PowerBOMB仍持續深耕30以下學生族群市場，根據紅門發票數據庫最新統計18~25歲銷售占比已成為此品項的第一名，顯見年輕化成效卓越。

2. 深耕市場，穩固地位

葡萄王「益菌王旗艦EX400」以桌球教父莊智淵主打挑戰業界最高保證效期內400億活菌的「教父級益生菌」，以科學實證及多項專利發明獎的內容詮釋「守護、分解、順暢、調節、學習、耐受」六大旗幟力，深獲消費者喜愛，帶動葡萄王益生菌品牌成長35.8%，年底更獲亞洲乳酸菌權威ACLAB15官方指定品牌以及2025《未來親子》雜誌親子家庭最愛品牌的肯定，顯見消費者的認同，另外擁有護肝、調節血壓兩項健康食品核准的明星商品樟芝王，結合多項專利及功效，亦有不錯的表現成長12.6%。

3. 數據驅動，強化效益 (CDP數據、銷售數據、媒體數據)

2025行銷從產品開發市場資料庫（發票數據、口碑數據）、媒體投放數據庫、主力通路數據庫，再結合顧客數據平台（CDP），透過即時報表分析、消費者旅程設計、會員分級、360度客戶輪廓分析，開始將數據系統化，不僅能更有效率的分析產品概況進行策略調整，也讓主力產品銷售開始有不錯的成績，搭配銷售活動帶來80%新客，更提高近2倍的舊客回購率，讓每一次的溝通更加精準有效，未來會持續運用擴大效益。

4. 內容建立，品牌永續 (ESG創新、誠信、利他)

葡萄王在ESG深耕多年，今年更於內部推動呼應「科技、健康、希望」的全新核心價值「創新、誠信、利他」，透過內部活動以及自己的品牌IG，讓社會大眾更加了解葡萄王在ESG的努力，另外也於官方商城開始導入健康專欄，期望可以將更多專業的知識帶給社會大眾，落實公司的核心目標，達成「健康專家，照顧全家」的使命。

5. 轉型升級，大數據驅動精準決策

透過導入顧客數據平台（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，能即時掌握客戶需求並提供個人化服務，藉此提升客戶滿意度並強化品牌經營效率。藉由CDP系統對會員旅程之深度監測，本公司在優化獲客品質上取得顯著成效。縱使2025年在整體新會員導入上趨於保守與市場上目前遇到獲客成本變高，本年度之新會員轉化為實際消費者的比例（有購率）仍穩健維持在高水準，約有八成的會員在導入後成功轉化為實質貢獻客戶。此數據不僅驗證了本公司對於高品質受眾鎖定的精確性，亦反映出CDP系統在自動化溝通與分眾經營上已帶來實質收益，有效提升整體行銷投資報酬率。

	2024	2025
新增會員數	14,595	11,740
區間新會員消費數	11,465	9,038
新會員有購率	79%	77%
區間舊客消費數	10,125	8,921
舊客回購率	6%	5%

註：
 區間新會員消費數 = 統計年限為第一次消費會員
 新會員有購率 = 區間新會員消費數 / 新增會員數
 區間舊客消費數 = 過去有消費紀錄且區間（2025/1/1-2025/12/31）有下單之消費者
 舊客回購率 = 區間舊客消費數 / 前一年總累計會員數

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：以顧客管理為核心，並由單次交易導向轉為長期關係經營。顧客的需求、購買行為與潛在消費偏好皆為重要的經營資源，因此透過消費者與品牌互動的各項接觸點，系統性蒐集與整合相關數據，建構完整的顧客管理基礎。同時，持續以客戶滿意度指標作為營運檢視與優化的依據，透過量化分析與質化訪談了解客戶回饋，並依此做為調整目標，強化整體服務品質與顧客關係經營成效。

2. 加快客戶服務創新：以客戶為核心的服務理念，不僅著重於提升客戶滿意度與忠誠度，更須即時回應市場趨勢與客戶多元需求。透過多元溝通管道（如官方LINE群、FB粉絲團、IG）線上即時回應，持續優化與客戶的互動體驗。同時，加入創新服務功能，打造更便捷的服務，強化與客戶之間的即時互動與長期關係經營。



2025年亮點投入：

隨著會員數成長與消費型態的改變，持續提升客戶滿意度，包含四個面向：內部講師進行商品教育訓練與外部專業訓練，以提升客服的專業度與服務品質；針對客訴問題，建立SOP流程與問答題庫，將常見問題進行分級與最佳說明設計，減少客訴衍生重大客訴，同時提升第一線客服專業度。今年改以簡訊線上問卷調查客戶滿意度，問卷成功發送對象為13,762名，回收成效共回收1,465份，回收比例為10.6%，結果顯示99%的受訪者對整體服務表示非常滿意或滿意，對不滿意客戶則主動撥電回訪，了解改進方向。2025年客訴件數持續下降，與2024年相比下降19.8%；歷年客訴呈現逐年下降趨勢，近四年整體降幅約60%，顯示改善措施與客訴處理機制逐步發揮成效並具穩定性，惟仍持續評估策略成效與潛在瓶頸，以強化長期服務品質與顧客滿意度。此外，善用客戶導向的CDP系統串聯360度客戶資料與相關興趣資料，提升對客戶了解度，提供更完整的客戶服務。

客戶滿意度調查

葡萄王生技將客戶回饋視為產品品質與服務流程優化的重要依據，透過多元溝通管道與定期的滿意度調查，建立與利害關係人的雙向溝通機制。2025年度，本公司持續針對「服務滿意度」、「服務流程感受」及「品牌忠誠度」三大指標進行監測與分析，作為內部管理精進之參考。

客戶滿意度調查結果

類別	2023年	2024年	2025年
正面評價合計	99.0%	100%	99.9%
非常滿意	72%	93%	73.1%
滿意	27%	7%	25.9%
尚可	1%	0%	0.9%
較不滿意	0%	0%	0.1%
很不滿意	0%	0%	0%

註1：2025年度改以線上服務度調查，統計已發送客戶13,762名，實際回收為1,465份，回收比率約10.6%。

本公司透過深度回饋機制，針對2025年度之服務優化成效進行全面檢核。調查結果顯示，有98.3%的受訪者認可購買流程或服務體驗有所精進，其中更有79.9%的受訪者感受為「明顯改善」，此數據反映了本公司在優化消費者旅程與數位化流程上的資源投入，已與客戶體感達成正向連結。此外，優質的服務體驗亦成功轉化為長期的品牌價值，高達98.0%的消費者表達了再次購買或向親友推薦本品牌之意願，其中「非常願意」之高度支持比例達75.4%，此項指標不僅展現市場對本公司品牌價值的信賴，亦是深化客戶關係管理的實質成效證明。

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		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					
	抱怨申訴反映	成分瑕疵 無法解決再上訴	接受通知 客訴系統流程	收件 客訴品質檢驗 確認檢驗內容及判定	樣品品質追溯 抱怨案件追溯	退貨退款 折讓處理	理貨 / 收退貨
結案回覆		回覆消費者 結案	回覆客服人員	行政文件調查 品質異常確認單 調查報告 回覆營業處主管	原因檢討 對策擬定 改善追蹤 確認對策 執行成效	通知經辦人員 通知銷管作廢發票	收到退貨第一時間 通知經辦人員

2025年客訴量持續下降，主要客訴集中在物流配送及贈品相關問題，其餘進線與線上諮詢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，以專業且積極的態度處理客戶反饋，確保客訴能夠有效解決，同時針對客戶反映的品質問題進行製造與品管的全面檢視，降低同類型問題再次發生的機率。

年度	2023年	2024年	2025年
客訴件數	104	86	69
與前一年比較減少筆數	69	18	17
年度減少百分比	下降39.9%	下降17.3%	下降19.8%

註1：年度減少百分比係以前一年度客訴件數為基準計算。

在個資保護方面，同樣持續提升防護措施。今年未產生任何因個資使用引發的客訴，對於客戶要求停止使用個資的情況，前端客服人員依照SOP流程，將資料即時更新並整合至顧客數據平台（CDP），即時關閉個資使用，有效降低相關客訴發生風險。2025年公司未發生違反消費者權益事件，並持續透過事件通報、調查、改善、內部監控及透明溝通機制，確保消費者權益與ESG社會責任落實。

3.3.3 傾聽消費者的聲音

葡萄王生技短中期客戶服務方針為：

- 1.強化客服專業能力：加強客服人員技能訓練，並推動專業認證制度，確保服務品質穩定提升。
- 2.優化客戶互動流程：審視每個接觸點，建立客訴分級SOP與常見問題資料庫。導入滿意度調查與AI驅動的CDP系統，整合各通路客戶資料，分析、追蹤與管理互動紀錄。透過數據整合與行銷自動化，不僅提升行銷效率，也能實現個人化溝通，精準洞察消費者需求，並及時提供解決方案，掌握消費者互動機會與客戶體驗。
- 3.建立專業客戶經營體系：藉由數據分析與營養專業團隊，打造以「顧客價值」為核心的客戶經營制度。考量客戶可能同時存在於多種線上與線下通路，掌握全通路屬性與常見問題，可進一步提升服務品質。
- 4.提升社群互動與購物體驗：社群媒體仍是消費者日常生活的重要渠道，葡萄王生技積極提升新型社群媒體的互動性與趣味性，增加消費者參與度與購物靈活性，進一步提升客戶滿意度。

【服務亮點】葡眾領先各大直銷公司提供高專業、高效率、高滿意度的產品與服務

葡眾秉持「以最好產品」、「提供予最多人」之經營理念，不僅致力於提供高品質的保健產品從基礎保養到多元保健需求的41項保健品與11項外用品，也將顧客關懷與服務品質提升視為企業永續的重要一環。

從產品研發到客戶服務，葡眾用心傾聽每一份需求，確保每一位顧客都能獲得最妥善的照護。傳遞健康保健理念成為葡眾永續使命，葡眾每年舉辦並由葡萄王生物工程講師巡迴演講課程，向葡眾的直銷商與消費者分享最新的產品優勢與實驗結果。2025年成功舉辦共98場講座，近三萬人參與，幫助更多人理解葡眾產品理念與健康觀念，讓保健成為日常的一部分。

以客為本的理念，為了讓顧客獲得即時且溫暖的服務，葡眾不斷優化客戶體驗，讓直銷商與消費者能更快獲取資訊，透過簡化IVR流程、提供多元化諮詢管道、專人一對一諮詢，確保每一位顧客都能獲得專業制度說明及完善的健康資訊與產品建議。

客服中心設立標準化服務指標，於2025年更是超標達成：

- ✓ 98.8%應答率，每一通來電都被用心接聽
- ✓ 30秒內接聽率95.9%，減少顧客等待時間
- ✓ 97.6%一次解決率，提供迅速且完整的解決方案
- ✓ 郵件24小時內結案率100%，確保每個問題都能獲得專業處理

在2025年，共處理57件客訴案件，占總案件的0.13%，每一件都透過細緻且負責的處理流程妥善解決，重視顧客的需求，提供良好的解決方案，進而提升顧客忠誠度。葡眾客服提供溫暖且熱忱的服務，這些努力也讓葡眾2023-2024連續兩年榮獲臺灣客服中心評鑑金牌，展現我們對顧客服務的熱情與投入，亦將持續提供更優質完善的服務品質，提升顧客滿意度。



3.3.4 資訊安全與顧客隱私保護

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。

管理方針	重大議題-資訊安全管理	
政策	1. 持續取得ISO27001資訊安全管理制度證書有效。 2. 持續強化同仁資安意識。 3. 符合資訊安全相關法令與規定之要求。(上市上櫃公司資通安全管控指引)	
承諾	持續落實 ISO 27001 資訊安全管理系統 (ISMS) 之維運與精進，透過標準化管控流程，全面強化組織防護深度與資訊治理能量，確保關鍵資訊資產之安全性。	
目標	短期	1. 持續推行與維護ISO27001資訊安全管理制度。 2. 執行資訊安全教育訓練及宣導，強化員工資安意識。 3. 企業營運持續計劃。 4. 提昇系統日誌可視性，加速事件回應速度。
	中期	1. 資安資源整合，保護企業營業秘密與資產。 2. 規劃「零信任 (Zero Trust)」資安架構，適應資安趨勢需求。
	長期	建立預測型防禦體系，結合可視化技術提前預警潛在威脅。

責任	資訊安全暨個人資料管理委員會權責包括： 研議資訊安全管理規範、推動資訊安全活動、辦理資訊安全教育訓練、建立風險管理制度，執行風險管理、建立安全事件緊急應變暨復原措施、追蹤內、外部資訊安全查核後之改善事項及矯正預防措施、就資訊安全事件之紀錄，分析事件發生頻率與研擬改善措施，彙整適用之資訊安全相關之法令規定。
資源	資安管理工作小組，共2人 2025年資訊安全相關認證、授權支出及設備投入共計1,280萬元
具體實績	1.已通過ISO27001轉版驗證，後續將持續維護推行ISO27001管理制度之要求項目，並通過2026外部驗證。 2.為強化資訊同仁資安觀念與知識，定期進行相關資安宣導並進行釣魚郵件演練與安排內部教育訓練課程。 3.2025年執行包含系統層、資料層、實體層等各層級還原演練，並進行官方網頁營運持續演練，於備援主機啟動服務，模擬還原相關流程，經各種情境之演練進而保護公司營業秘密與資產。 4.為加速事件回應速度，經Splunk分析平台收集各系統相關紀錄，即時以可視化方式呈現資安異常事件。

葡萄王生技以最高規格保護客戶個資及維護其權益，2025年度ISO/IEC 27001 資訊安全管理系統證書持續有效，並已順利完成轉版至ISO/IEC 27001:2022版標準之程序。此外，公司設有「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。

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2025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《ITInsights》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。
5. 新系統導入須完成委外廠商資安規範查核與弱點/滲透測試掃描，確保中高風險弱點修補完成並經簽核，以落實嚴謹的系統上線審核機制。
6. 加入相關資安情資單位以即時取得重大弱點資訊，並藉由防護機制快速回應，以建立完善的威脅情資監控制度。
7. 每年至少進行一次全面性弱點掃描，並於修補完畢後進行複掃驗證。
8. 定期更新官網補丁並納入營運持續計畫進行驗證，確保資料之機密性、完整性及可用性。
9. 定期辦理 ISMS 國際標準教育訓練，並針對社交工程演練中點擊釣魚郵件之同仁落實每月專題培訓，以提升全員資安風險警覺，2025 年度資安課程訓練總時數共計 102 人/小時。

