

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

品牌行銷

2024-2025 年目標

- 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，並盡力符合食安法做推廣。
- 持續針對年輕族群加強保健食品及能量飲料的認知。
- 建立消費者數據中台，善用一方數據資料，提升廣告效益。
- 品牌更新計畫：包裝升級、商城升級。

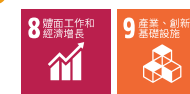
2026-2027 年目標

- 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。
- 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。

2028 年以後目標

- 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



客戶服務

- 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。
- 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。
- 建立完整客戶常見問答資料庫，確保服務品質一致性與正確性。
- 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。

- 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。
- 持續更新客戶問答完整資料庫，確保服務品質一致性與正確性。
- 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。

- 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。



3.1 創新管理與專利

生物科技研究所
總經理
陳勁初

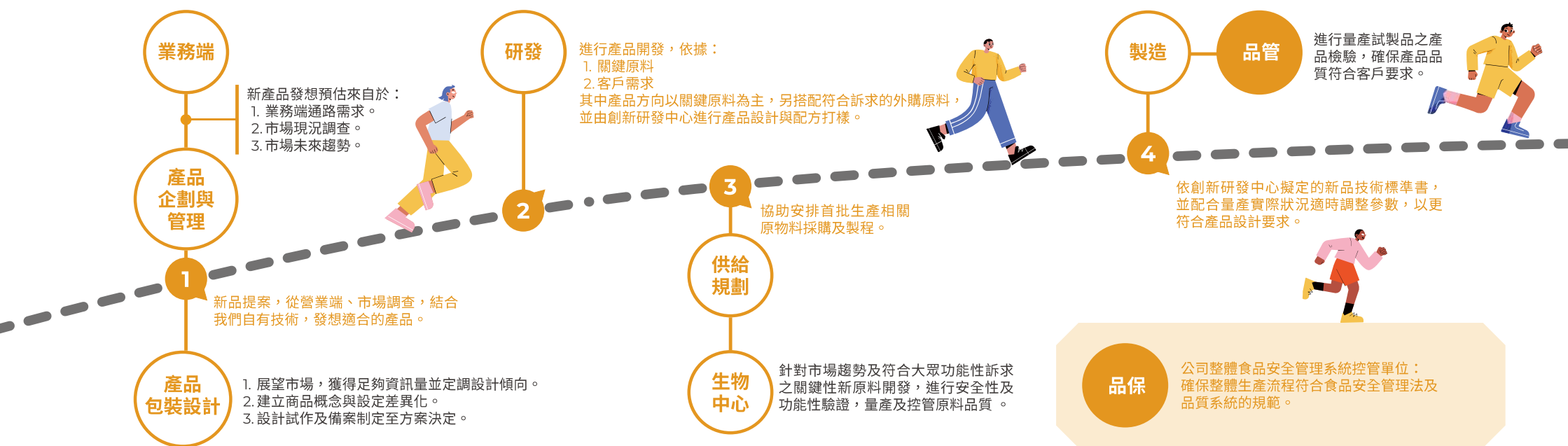
“ 生物科技研究所的素材研發導入頂尖技術並與專家合作，延伸產品於國內外屢創佳績，期望幫助國人的健康。 ”

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、腎損傷、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 2024 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。
	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	2023 年度創新研發中心新進 1 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 30 面金牌、2 面銀牌、14 特別獎 ✓ 榮獲傑出生技產業獎年度創新獎 ✓ 榮獲 SNQ 國家品質標章產品總計 2 項 ✓ 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。2023 年度葡萄王生技投入於創新研發費用共計 289,545 仟元。

創新研發資訊	單位	2021	2022	2023
研發總支出	仟元	292,228	289,884	289,545
研發崗位數	全職員工	132	140	123
研發支出佔銷售額的百分比	銷售額百分比	3%	3%	3%

2023 年度重要記事

- 榮獲 SNQ 國家品質標章－營養保健食品類/保健食品組及特殊機能保健原料組一葡眾猴頭菇菌絲體膠囊、樟芝菌絲體發酵液粉，總計 2 項產品。
- 獲經濟部科技研究發展專案產業升級創新平台輔導計畫補助 1120 萬元，計畫名稱為主導性高纖高蛋白真菌未來肉之研發。
- 獲國家科學及技術委員會新竹科學園區管理局補助 112 年度精準健康跨域推升計畫 363 萬元，計畫名稱為酪酸菌精準應用於退化性關節炎之臨床研究。

2023 年研發獲獎亮點成果如下：

2023 年發明展獲獎			
項目	參展	專利	獎項
1	2023 俄羅斯阿基米德國際發明展	有效對抗流感病毒 H1N1 的益生菌組合物	金獎
2		桑黃菌絲體可改善肌肉流失	金獎 / 特別獎
3	2023 馬來西亞 MTE 國際發明展	具促進長壽基因並延緩老化之胚芽乳酸桿菌 GKM3 之活性物質 (馬)	銀獎
4		虎乳靈芝菌絲體活性物質用於改善慢性阻塞性肺病的用途 (馬)	銀獎
5	2023 馬來西亞 ITEX 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 (馬)	金獎
6		治療失智症之活性物質、其製備方法、含其之醫藥組合物、及該醫藥組合物的製備方法	金獎 / 特別獎
7	2023 日本東京創新天才發明展	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 (日)	金獎 / 特別獎
8		羊肚菌活性物質之用途 (肌少症) (日)	金獎
9	2023 上海國際發明創新博覽會	胚芽乳酸桿菌及其降尿酸、改善過敏和降血糖用途 (中)	金獎 / 特別獎
10		胚芽乳酸桿菌及其降血脂、肝功指數、尿酸和抗發炎用途 (中)	金獎 / 特別獎
11		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
12	2023 美國創新發明展	用於改善類固醇所引起眼睛病變的蟬花菌絲體 (美)	金獎 / 特別獎
13		有效改善憂鬱之發酵乳桿菌 GKJOY(美)	金獎
14	2023 韓國 WiC 世界發明競賽	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	金獎 / 特別獎
15		乳酸菌用於提升對腸病毒 71 型之抵抗力之用途	金獎

16	2023 美國 AII 達文西國際發明展	乳雙歧桿菌 GKK2 於改善過敏性氣喘之用途 (美)	金獎
17		應用於骨質保健之新穎性益生菌株 GKM3® 及 GKS6® (美)	金獎
18	2023 加拿大國際發明創新競賽	具改善白內障效果的蟬花菌絲體 (加)	金獎 / 特別獎
19		有效改善憂鬱之發酵乳桿菌 GKF3(美)	金獎 / 特別獎
20	2023 倫敦國際發明暨貿易展	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	金獎 / 特別獎
21		有效對抗流感病毒 H1N1 的益生菌組合物	金獎
22	2023 IIIC 國際創新發明競賽	有效改善憂鬱之發酵乳桿菌 GKF3	金獎
23		乳雙歧桿菌 GKK2 於改善過敏性氣喘之用途	金獎
24		用於體重控制之新穎性益生菌 -GKM3	金獎
25	2023 香港創新科技國際發明展	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
26		預防聽力退化之活性物質、其製備方法、含其之醫藥組合物、及該醫藥組合物的製備方法 (美)	金獎 / 特別獎
27	2023 烏克蘭國際發明展	有效對抗流感病毒 H1N1 的益生菌組合物	金獎
28		桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	金獎
29	2023 第十四屆波蘭國際發明展	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	金獎 / 特別獎
30		治療失智症之活性物質、其製備方法、含其之醫藥組合物、及該醫藥組合物的製備方法	金獎 / 特別獎
31	2023 克羅埃西亞發明展	治療失智症之活性物質、其製備方法、含其之醫藥組合物、及該醫藥組合物的製備方法	金獎 / 特別獎
32		有效改善呼吸道過敏之雷特氏 B 菌 GKK2(美)	金獎



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，以建立公司核心技术。

2023 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、農業部、教育部及各大專院校之產學合作計畫約 25 件，迄今有 208 件
- 至今已持有 197 項，2023 年專利申請共 36 件，專利取得共 43 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。

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，2023 年度龍潭分公司投入生產達 59 項產品品項，總產出量為 84,871 公斤。

配合生物中心之獨有菇菌類發酵技術，擁有全台最大醱酵產能 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：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、康貝特能量飲料（護肝認證版）及葡萄王易得纖益生菌膠囊等八項產品獲健康食品字號認證。

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
- 紫丁香蘑菇絲體→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：

- ✓ 乳酸菌原料之延緩老化、促進毛髮增生、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

2023 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：

- 軟膠囊類
- 果凍類
- SMG 造粒
- 流動床造粒

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，以強化公司核心技术。至今已持有 197 項專利權，2023 年專利申請共 36 件，專利取得共 43 件：

2023 年取得之專利			
	專利名稱	國家	專利號
1	虎乳靈芝菌絲體活性物質用於改善慢性阻塞性肺病的用途	馬來西亞	MY-195667-A
2	奇異球菌屬 (Deinococcus) 的菌體用於製備抑制血管新生之醫藥組合物的用途	中華民國	I791918
3	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	加拿大	3,040,916
4	減緩膀胱過動症相關症狀之複合益生菌組成物及其用途	中華民國	I802077
5	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	新加坡	10201907542S
6	桑黃 CKPI 菌絲體用於製備改善肥胖及肥胖相關代謝性疾病的組成物的用途	中華民國	I792756
7	胚芽乳酸桿菌 CKM3 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途	新加坡	1020190754R



8	乳雙歧桿菌 GKK2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途	美國	領證中
9	降低藥癮復發相關症狀之益生菌組成物及其用途	中華民國	I795087
10	含乳酸桿菌之組成物及其預防及 / 或改善皮膚老化的用途	中華民國	I794766
11	乳雙歧桿菌 GKK2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途	新加坡	1020190 7549U
12	發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途	新加坡	10201910 740U
13	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 (M3 S6)	中國	ZL 2018 1 1228535.9
14	羊肚菌活性物質之用途	中國	ZL 2020 1 1399434.5
15	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	日本	7250065
16	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	中華民國	I798936
17	益生菌胞外分泌體及其用途	中華民國	I793595
18	具降低疼痛功效的猴頭菇、猴頭菇菌絲體活性物質、其製備方法、及含其的醫藥組合物	美國	11,648,233
19	含有機酸活性物質之顆粒結構	中華民國	M641394
20	用於製備提升免疫力之組合物的用途 (GKK2、GKF3、GKLC1、GKM3 提升胎鼠免疫力)	中華民國	I803730
21	乳酸菌用於製備抗病毒組合物的用途 (分割案)	中華民國	I803730
22	抗氧化多層包埋益生菌顆粒及其製造方法	中華民國	I805237
23	乳酸菌用於提升對腸病毒 71 型之抵抗力之用途	中華民國	I805932
24	含乳酸菌發酵產物之創傷外用組成物	日本	7297021
25	用於改善肌少症之口服組成物 (益生菌)	日本	7301117
26	羊肚菌生殖功能 (分割案)	美國	US 11,730,783 B2
27	蟬花活性物質用於改善視力之用途	中華民國	I811009

28	羅伊氏乳桿菌菌株 GKRI 用於製備降低尿酸的組合物的用途	中國	ZL 2020 1 0939422.0
29	發酵乳桿菌 GKF3 用於製備降低菸癮之口服組成物的用途	美國	11,752,177 B2
30	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	中國	ZL 2018 1 1083391.2
31	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	中國	ZL 2018 1 1092850.3
32	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	中國	ZL 2018 1 1093133.2
33	乳雙歧桿菌 GKK2、含其的組合物及其改善過敏性氣喘的用途	中國	ZL 2018 1 1083035.0
34	含乳酸菌發酵產物之創傷外用組成物及其用途	美國	11,766,465
35	用於改善代謝症候群的新穎副乾酪乳桿菌 GKS6、其培養基、培養方法、用途、醫藥組合物及可食用組合物	中國	ZL 2018 8 0002040.6
36	發酵乳桿菌 GKF3 用於製備降低菸癮之口服組成物的用途	日本	7344269
37	複合益生菌用於製備改善先天有氣運動能力弱者運動表現之組成物的用途	中華民國	I817792
38	減緩膀胱過動症相關症狀之複合益生菌組成物	日本	領證中
39	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	馬來西亞	MY- 196412-A
40	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	中華民國	I817332
41	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	馬來西亞	MY- 198618-A
42	乳酸菌發酵產物用於製備促進皮膚創傷癒合之外用組成物的用途	中華民國	領證中
43	乳酸菌及其組合物促進血鈣並改善骨質疏鬆的用途	馬來西亞	領證中

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，主要將產品分為九大類，2023 年共開發292 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	寵物食品	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	寶貝的健康成長是家長最大的心願，針對學齡前兒童所需補充的營養素開發產品	『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	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，吸引並帶給消費者更親民又便利之食品。	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。	因應高端客戶需求，開發美容保養品，擴大客戶廣度與深度。
產品舉例	- 葡萄王雙效樟芝王 - 葡萄王雙效靈芝王 - 中華被毛孢菌絲體膠囊	- 免疫力益生菌粉包 - 益生菌膠囊 - 穗安欣 2.0 - 魚油軟膠囊	- 美肌抗醣丸 - 澎澎彈彈 - Q 彈膠原粉 - 白皙透亮粉包 - 美白膠囊	- 優適葉黃素華凍 - 兒童助眠粉包 - 日日高成長飲 - 兒童 - 維生素果凍 - 兒童成長果凍	- 去去水走沖泡飲 - 葉黃素濕潤飲 - 康普茶雙纖飲 - 壯陽飲 - 排水排鈉飲	- 助眠膠囊 - 補鈣粉包 - 代謝排油膠囊 - 酪酸菌膠囊 - 壯陽膠囊 - 減肥益生菌 - NMN		- 貓咪綜合營養粉包 - 葡萄王狗狗全效保健品 - 寵物狗視力保健品 - 葡萄王 貓咪排毛粉包	私密處清潔產品
2023 年新品開發件數	4 件	80 件	12 件	13 件	56 件	112 件	0 件	14 件	1 件

2023 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

2023 年度年底舉辦新品成果發表會，此次首次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。成果發表會後續得到很多回饋與讚賞，未來可能以此模式或更新穎之方式進行。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）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59 場，總人數達2,198 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10 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。

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)，研發團隊從接手真菌蛋白菌種開始，不斷地嘗試與突破，短短一年半即成功開發噸級量產的配方與製程，且培養時間僅需3 天，節省大量時間及資源，菌種培育能力及生產技術，皆屬全臺第一。

除了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，也與在植物基礎產品開發的具深厚功力的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及對新興原料真菌蛋白的無限創意發想，研發許多獨一無二的真菌蛋白產品，顛覆了以往替代性蛋白的框架，開發出多元的產品，包含鹹食類的雞米花、雞塊、香腸、熱狗、口水雞、肉丸子、火腿、松露風味拌麵醬、豬排、素五花肉、素雪花牛、素鮪魚罐頭，還有甜品類的鳳凰酥、冰淇淋、霜淇淋和生吐司。亦結合「真菌蛋白結合3D 列印技術」，原本平淡無奇的一包真菌蛋白原料，就變出一樣樣非常吸睛的作品，不僅好看又好吃，皆令人眼睛為之一亮。也在各大學會及國內外之國際研討會，針對真菌蛋白的研發成果進行演講及推廣，皆是獲得盛大迴響，引發眾多關注與興趣。

近年來氣候變遷議題廣受全球的重視，政府民間都強力提倡ESG，公司亦致力於企業永續，並有感全球暖化議題的重要性，針對畜牧業所排放甲烷造成全球溫室氣體排放量高達14%，為減少動物飼養、降低溫室效應，人口增加等因素，未來世界飲食趨勢可望將以替代性蛋白-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，藉此一研究計畫，更將產官學研各方資源充份結合，共同開發各類多元食品及廣泛用途，期待帶動真菌蛋白新浪潮，進而減少溫室氣體排放，達成環保健康生活型態。



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。2023年共計發表期刊論文21篇，研討會論文30篇，研討會海報28篇。2022年度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

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，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	- 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	- 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，將來自各地的數據整合，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 - 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，以利提升客戶接觸體驗與滿意度	
具體實績	✓ 經由 CTI 系統上線滿 2 年，持續優化進線客服品質，包含檢視忙線時段避免進線等待過久與，擴大客戶滿意度調查參與率，及追蹤不滿意的客戶客服問題，持續改善…等，有效讓 2023 年進線客訴量大幅降低。不只等待時間變短，更大幅提升滿意度， ✓ 2023 年初導入 SAP 後亦針對品質相關客訴上線客訴管理系統，由客訴接到與品管檢驗到產出報告回覆客戶均改為系統上建置，讓公司內部每一流程人員都能有效了解進度與品質相關的原因，減少同類型客訴狀況並讓客服人員更能有效益的回應客戶需求！ ✓ 兩位客服人員均持續於 2023 年再通過專業客服人員相關認證 ✓ 持續更新常見問題資料庫，並把品質客訴品管的專業回復更新入資料庫內 ✓ 由專業營養師執行商品再訓練課程，以提升客服人員專業度	



3.3.1 嶄新行銷模式

2023年台灣已逐步解封，消費者已更加具備保健食品的重視，因此雖不像疫情期間爆炸式的成長，但仍穩定成長。葡萄王秉持「健康專家，照顧全家」的角色，持續提供全方位的保健食品，希望照顧到民眾的生活，在時代與社會大眾健康意識成長相輔相成下，葡萄王自有品牌成長7.9%。

1. 纖體新品，一路領纖：2022年底上市的产品易得纖，獲得國家認證不易形成體脂肪，於2023年正式於全通路上架，搭配代言人Lulu之形象廣告及多名藝人、KOL、KOC與知名YouTuber關韶文及自行舉辦體脂大賽，等多項管道推播之下，突破1.5億之業績，成為2023葡萄王最暢銷之產品。

2. 深夜能量，PB武力：葡萄王旗下主打18~30年輕族群的產品PowerBOMB，於2022年Q4啟用新一代人氣男團五堅情成員婁峻碩擔任代言人，2023年推出全新單曲【PowerBOMB】，除冠名婁峻碩【PowerBOMB上漲SHANG ZHANG】個人演唱會之外，也設計兩款婁峻碩限量包裝因應。此外也與知名雞排【艋舺雞排】、【原火炸初】進行宵夜聯名，大打年輕世代市場，因此2022~2023連續兩年創造雙位數成長，在年輕世代引起話題，根據IBUZZ口碑系統監測，於社群及論壇上創造極大聲量，亦高於其市場三大競品。

3. 聯名綜效 縱橫市場：康普茶雙纖飲自2021推出至今，除榮登【網路溫度計】機能茶網友票選的第一名喜愛的商品之外，2023年持續創造話題，與NETFLIX最強台劇《人選之人—造浪者》、MyVideo冠軍戲劇《最佳利益2、3》、《沒有你依然燦爛》強強置入，在Q4也搭上迪士尼百年慶熱潮，推出4款限量典藏版包裝，進行聯名行銷活動持續保持為全台最受歡迎的康普茶領導品牌，亦創下破億營收。

4. 代工行銷 落地執行：除持續宣傳GK Probiotics、GK Funggi兩大原料品牌之外，葡萄王於商務拓展平台Linkedin建立新社群帳號，透過該平台進行許多代工服務、獨家素材、專利、營養知識與潛在客戶互動，短短半年粉絲來到1005人，觸及數亦高於競品，獲得第一名。

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。2023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。



2023 產品教育訓練畫面

2023 年亮點投入：

隨著會員突 16 萬大關，持續在客戶滿意提升，分為四個面向，包含團隊招聘專業護理師與營養師，並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 SOP 流程，有效在常見品質問題上進行客訴分級與流程管理，減少客訴數量並減少衍生至重大客訴，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。2023 年有效降低客訴量之外 (2023 年進線客訴量降低 13%，年度減少約少 2000 多通)，並同步增加滿意度調查人數 (2023 年度增加近 1000 人完成滿意度調查) 與優化滿意度 (2023 年滿意度提升 5%)。另外也持續建構客戶導向的 CDP 系統中台，串聯客戶 360 度資料與相關興趣資料，提升對客戶了解度以提供更完整的客戶服務。

客戶滿意度調查結果

類別	2021年	2022年	2023年
非常滿意	41%	60%	72%
滿意	51%	34%	27%
尚可	7%	5%	1%
較不滿意	1%	1%	0%
很不滿意	0%	0%	0%

註1：針對進線客訴客戶共計約3144員(2023年)詢問滿意與不滿意，並依此進行滿意度估算。



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		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	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						
結案回覆	抱怨申訴反映	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
		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



2023年我們收到的客訴量大幅減少，主要客訴以物流配送、贈品延遲到貨等，其餘多為產品使用相關建議。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，讓客訴可有效的被解決，並能內部檢視，減少後續同類型客訴的發生機會。

個資方面，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，已經優化SOP同步針對多系統關閉個資使用，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，說明後續流程與預計可能需要的時間，讓客戶可了解停用的流程，有效在2023減少個資停用相關客訴發生。

另外，也針對實體通路大量販售的開架產品，常見商品品質相關客訴，包含溢漏、結塊、缺粒等狀況，經由系統建檔與品管單位進行個案討論與改善建議，找到可能的問題點與改善方向，包含因包裝膠囊自動封裝過程快速裝瓶可能造成的膠囊滑出現象等，新增數粒與秤重流程，等切實將消費者反應與建議通盤考量，秉持客戶服務滿意的前提，提供完善對應的客訴處理。

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. 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，將來自各地的數據整合，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. 長期為建立專業完善的客戶經營團隊，藉由完整的數據分析與專業營養團隊，提供完善的「顧客價值」客戶經營體制。

我們觀察到，客戶已不分實體與虛擬通路，均是流動的，也可能同時隸屬與多通路，故對客戶服務而言，掌握全通路客戶屬性與常見問題，將有助於提升客戶服務品質。另外，社群媒體行銷仍是後疫時代主軸。相對主流媒體的飽和信息量，消費者對新型社群媒體如高互動性和趣味性的廣告接受度更高，故我們將重新構想消費者的體驗流程，增加購物靈活性，創造出新的購物體驗。



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，2023 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。

本公司2023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。

