

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 永續產品 / 【專欄】白瓶傳愛

目標設定

客戶滿意度

2023-2024 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

2025-2026 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
- 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

2027 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

回應 SDGs



品牌行銷

- 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
- 強化名人圓夢計畫 (HDMO) 及 ODM/OEM 代工行銷素材。

- 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。
- 建立消費者數據中台，善用一方數據資料，提升廣告效益。

- 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



產品責任

- 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、可回收物料或單一材料材質，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，將持續評估及討論廣設回收據點之可行性
- 持續資料收集、評估或使用對環境更友善之物料或製程取代目前物料或製程，如：柔版印刷取代凹版印刷、使用可減塑三分之一的製程進行產品開發、數位鉛箔以及取代 PKL 產品之塑膠吸管、可回收單一原料之包材以及其他環保材料使用之可行性

- 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

- 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



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。 ”



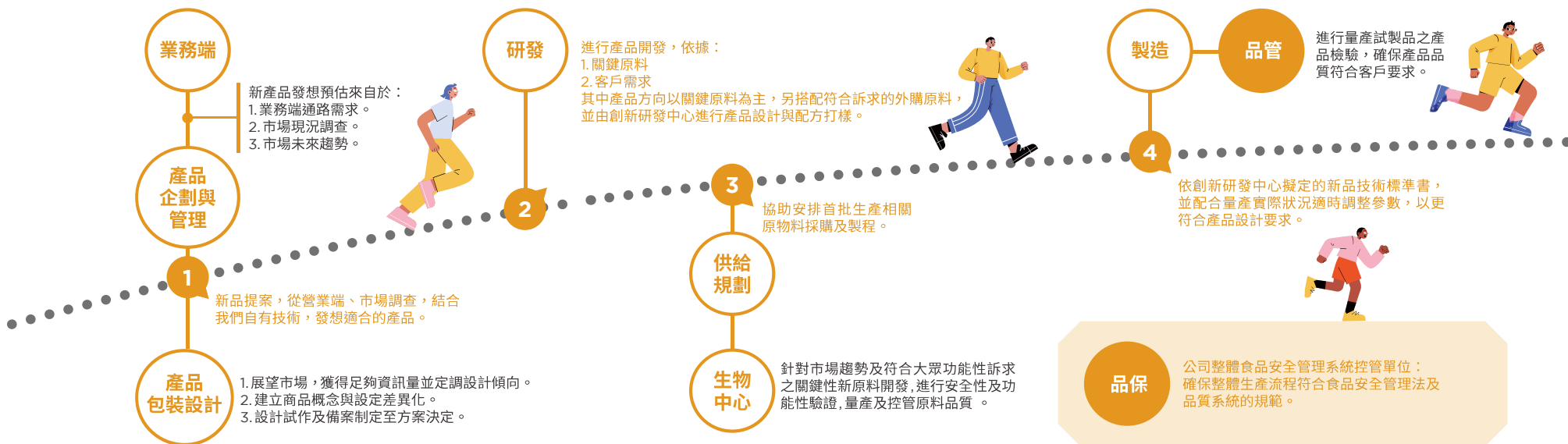
生物科技研究所
總監
陳炎鍊

“ 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、不孕症等 預計 2023 年將提出 20 件以上關於素材功能性應用專利及根據產品開發之策略提出相對應之新型專利申請 持續開發具有新穎性功能的保健食品/化妝品素材，並建置發酵新廠擴增自製發酵原料產能達兩倍；配合植物新藥開發，完成樟芝長期安全性試驗
	中期	<ul style="list-style-type: none"> 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。 將保健食品/化妝品素材之新穎性功效驗證導入臨床測試，確保自製原料的人體有效性並提升消費者信賴感；樟芝植物新藥規劃進行非酒精性脂肪肝 Phase II 人體臨床試驗。
	長期	<ul style="list-style-type: none"> 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。 保健食品/化妝品素材全面導入人體臨床測試，並發表科學文獻以增加國際競爭力；配合市場供應需求，擴增益生菌產線提升兩倍產能；樟芝植物新藥規劃進行非酒精性脂肪肝 Phase III 人體臨床試驗。
責任	對外負責單位：衛生福利部食藥署、桃園市衛生局	
資源	1. 2022 年度創新研發中心新進 1 名碩士及 1 名博士學歷人員。	

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 29 面金牌、2 面銀牌、2 面銅牌、9 個特別獎 ✓ 榮獲傑出生技產業獎年度創新獎 ✓ 榮獲新竹科學園區「優良廠商創新產品獎」及獎金 40 萬 ✓ 榮獲 SNQ 國家品質標章產品總計 3 項 ✓ 葡萄王易得纖益生菌膠囊榮獲台灣乳酸菌協會創新產品特優獎 ✓ 芯潤飲榮獲台灣乳酸菌協會創新產品優等獎 ✓ 持續進行乳酸菌原料、蟬花、猴頭菇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。2022 年度葡萄王生技投入於創新研發費用共計 289,884 仟元。

2022 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—小悅光、青采熾、銀燦餐包，總計 3 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 1,120 萬元，計畫名稱為主導性高纖高蛋白真菌未來肉之研發。
- 獲經濟部工業局 iPAS 企業數位人才實作培育補助計畫補助 300 萬元。



2022年研發獲獎亮點成果如下：

2022年發明展獲獎			
項目	參展	專利	獎項
1	2022 俄羅斯阿基米德國際發明展	調節鞣固酮的組合物及其用途	金獎
2		羅伊氏乳桿菌 (Lactobacillus reuteri) 菌株 GKRI 用於製備降低尿酸之組成物的用途	金獎
3	2022 馬來西亞 MTE 國際發明展	虎乳靈之菌絲體活性物質用於製備抗病毒組合物之用途	銀獎
4		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
5	2022 馬來西亞 ITEX 國際發明展	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 / 或視網膜脫離之組成物的用途	銅獎
6		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	銅獎
7	2022 羅馬尼亞 EUROINVENT 歐洲盃國際發明展	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	金獎 / 特別獎
8		植物乳桿菌菌株、含其之組成物、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	金獎
9	2022 日本天才展	發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途	金獎
10		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醫藥組合物之用途	金獎
11	2022 美國科學暨發明展	GKM3/GKS6 乳酸菌及其組合物促進血鈣並改善骨質疏鬆的用途	金獎 / 特別獎
12		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	金獎 / 特別獎
13	2022 韓國 WIC 線上	蟬花活性物質及其用於預防、延緩或治療白內障之用途	金獎
14		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	金獎

15	2022 美國 All 達文西國際發明展	發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途	金獎
16		預防聽力退化之活性物質、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
17	2022 加拿大 iCAN 國際發明創新競賽	乳酸菌用於製備抗病毒組合物的用途	金獎 / 特別獎
18		桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	金獎 / 特別獎
19	2022 倫敦國際發明暨貿易展	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 / 特別獎
20		抗氧化包埋多層益生菌顆粒	金獎 / 特別獎
21	2022 年非洲國際發明展暨發明競賽	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	金獎
22		乳酸菌用於製備抗病毒組合物的用途	金獎
23	2022 第十三屆 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	銀獎
24		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醫藥組合物之用途	金獎
25		乳酸菌用於提升對腸病毒 71 型之抵抗力之用途	金獎
26	2022 香港創新科技國際發明展	發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途	金獎
27		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
28	2022 第十八屆烏克蘭國際發明展暨發明競賽	發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途	金獎
29		蟬花活性物質及其用於預防、延緩或治療白內障之用途	金獎
30	2022 第十四屆波蘭國際發明展	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	金獎
31		GKM3/GKS6 乳酸菌及其組合物促進血鈣並改善骨質疏鬆的用途	金獎
32	2022 克羅埃西亞國際發明展	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 / 或視網膜脫離之組成物的用途	金獎 / 特別獎
33		乳酸菌用於提升對腸病毒 71 型之抵抗力之用途	金獎 / 特別獎

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，以建立公司核心技術。

2022 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 158 項，2022 年專利取得共 34 件，專利申請共 27 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，堪稱全台灣保健食品第一。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，2022 年度龍潭分公司投入生產達 49 項產品品項，總產出量為 94,575 公斤。

配合生物中心之獨有菇菌類發酵技術，擁有全台灣最大發酵產能 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 LGG 特益菌、葡萄王靈芝王、樟芝王菌絲膠囊、衛傑膠囊、舒敏優靈芝菌絲膠囊、葡萄王黃金康貝特能量飲料、康貝特能量飲料（護肝認證版）及葡萄王易得纖益菌膠囊等八項產品獲健康食品字號認證。在 2016 至 2022 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
- ✓ 桑黃提升運動表現、改善肌少症功效評估

2022 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



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 158 項專利權，2022 年專利取得共 34 件，專利申請共 27 件：

2022 年取得之專利			
	專利名稱	國家	專利號
1	乳酸菌用於提升對腸病毒 71 型之抵抗力之用途	中華民國	I754929
2	桑黃菌絲體生物活性物質及其用於製備抗腸病毒 71 型的抗病毒組成物之用途	中華民國	I755725
3	發酵乳桿菌 GKF3、含其之組合物及改善精神失調之用途	美國	US 11,253,556 B2
4	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	日本	7004774
5	含益生菌的巧克力產品	越南	No. 2820
6	乳酸菌用於製備抗病毒組合物的用途	中華民國	I757735
7	GKM3/GKS6 乳酸菌及其組合物促進血鈣並改善骨質疏鬆的用途	新加坡	102019 03639T
8	抗氧化包埋多層益生菌顆粒	中國	ZL 2020 2 3046313.0
9	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	馬來西亞	MY- 190815-A
10	發酵乳桿菌 GKF3、含其的組合物及其改善精神失調的應用	中國	ZL 2019 1 1059860.1
11	包含胚芽乳酸桿菌 GKM3 之組合物之延緩老化之用途	中華民國	I760548
12	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	新加坡	102019 12777U
13	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	中國	ZL 2019 1 0211121.3

14	胚芽乳酸桿菌及其降尿酸、改善過敏和降血糖用途	中國	ZL 2017 1 1372565.2
15	胚芽乳酸桿菌及其排除體脂肪、降低肝腫大和抗發炎用途	中國	ZL 2017 1 1372954.5
16	胚芽乳酸桿菌及其降血脂、肝功指數、尿酸和抗發炎用途	中國	ZL 2017 1 1372555.9
17	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	日本	7060555
18	桑黃用於製備改善肌少症之組成物的用途	中華民國	I766394
19	可食用輸液裝置	中華民國	M625687
20	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醫藥組合物之用途	中華民國	I771561
21	羊肚菌活性物質之用途 (肌少症)	中華民國	I722922
22	用於預防及 / 或改善肺損傷之虎乳靈芝菌絲體活性物質、其製備方法及用途	中華民國	I774903
23	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	加拿大	領證中
24	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	馬來西亞	領證中
25	副乾酪乳桿菌 GKS6 用於製備預防或治療腎功能異常組合物的用途	中華民國	I780460
26	乳雙歧桿菌 GKK2、含其之組合物及改善過敏性氣喘之用途	馬來西亞	MY- 192498-A
27	副乾酪乳桿菌 GKS6 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途	新加坡	102019 07552T
28	含益生菌之組合物用於穩定膀胱壓力、減緩頻尿之用途	中華民國	領證中
29	戊糖片球菌 GKP4 用於製備改善肌少症之口服組成物的用途	中華民國	I783780

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

30	副乾酪乳桿菌 GKS6 之活性物質、含其之組合物及其促進長壽之用途	日本	領證中
31	羊肚菌絲體改善肌少症	日本	領證中
32	抑制血管新生的組合物及其用途	中華民國	I782862
33	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	領證中
34	蟬花菌絲體活性物質用於治療黃斑部病變之用途	中華民國	領證中

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，2022年共開發 290 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	<ul style="list-style-type: none"> 三芝膠囊 雲芝膠囊 人蔘王養身飲 蛻精牛樟芝膠囊 葡萄王雙效樟芝王 葡萄王雙效靈芝王 	<ul style="list-style-type: none"> 葡萄王磷蝦油 三高膠囊 葡萄王 優適金盞花葉黃素精華凍 六益菌膠囊 舒活納鈣王 關鍵養護膠囊 	<ul style="list-style-type: none"> 膠原蛋白益菌高纖飲 Q10 蔓越莓膠囊 晶采透亮凍 紅石榴膠原蛋白飲 美白舒眠飲 膠原蛋白亮膚粉包 	<ul style="list-style-type: none"> 益生菌兒童軟糖 活力蜂膠兒童軟糖 綜合水果兒童軟糖 骨齡生長軟糖 	<ul style="list-style-type: none"> 葡萄王康普茶雙纖飲 乳酸氣泡水 葉黃素護眼飲 膠原蛋白飲 舒壓安神飲 健髮飲 	<ul style="list-style-type: none"> 聖潔莓膠囊 歐歐眼膠囊 私密保養粉包 植物固醇 減重排便條包 口含錠 排水消脂 		<ul style="list-style-type: none"> 寵物腸道益生菌 貓咪魚油粉劑 貓咪益生菌顆粒 狗（口腔保健粉末） 狗（骨關節粉末） 貓（情緒健康粉末） 	<ul style="list-style-type: none"> 玻尿酸保濕精華露 羊胎盤活精華液 白果紫根精華油 羊胎盤活精華霜 藍銅胜肽眼霜 極潤柔緩精華乳
2022 年新品開發件數	13 件	64 件	33 件	9 件	56 件	91 件	0 件	17 件	7 件

2022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

2022年度新品成果發表會，因疫情情況時好時壞，故目前決議不會進行現場新品成果發表會，會改以分送福袋方式提供各主管高層進行體驗及問卷填寫。前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

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。

COLUMN 專欄

葡萄王真菌研發技術 瞄準植物肉市場商機

全球掀起蔬食熱潮，台灣目前素食人口已突破300萬人，佔總人口總數13%、世界排名第二。新興飲食型態帶動植物肉/未來肉市場崛起，不只在素食圈造成話題，更讓許多葷食者趨之若鶩，紛紛嚐鮮。消費規模每年以15%的成長率快速成長，吸引國內外大廠紛紛搶攻。葡萄王生技累積30年在靈芝、冬蟲夏草、樟芝與猴頭菇等真菌菌絲生產的經驗，擁有全台第一產能的發酵設備及領先業界發酵技術，看準植物肉市場商機，葡萄王將不缺席。

台灣做為全球素食人口排名亞軍，早期素食以大豆蛋白為素材製作。但歐美人士較不習慣黃豆的豆青味，因此改用豌豆、小麥蛋白等食材作為植物肉原料，製作過程必須經過植物蛋白純化後再進行擠壓技術獲得纖維口感，其間為了掩蓋植物的豆青味，會使用大量的調味劑造成違反食品 clean label 之世界潮流。為了吃得更健康、更環保，近年來各國更發展出真菌蛋白取代動物蛋白技術。文獻指出真菌蛋白的攝取比乳清蛋白對肌肉生長更有幫助且不含膽固醇或反式脂肪，所做成的肉排脂肪僅是碎牛肉組合之牛排的十分之一、但蛋白質含量是生豌豆的2倍、也比豆腐多50%。

目前真菌蛋白的開發需以大型(例如50噸級)發酵槽進行無菌培養，由於其營養需求簡單，只需以無機鹽類及蔗糖即可於兩天內完成，且真菌菌絲體不需經過高溫擠壓即有肉絲口感，不僅更符合植物肉創造出來的宗旨—減少動物飼養、減少溫室效應，人口增加尋找替代性蛋白，同時也可避免種植糧食後植物蛋白純化的耗損與糧食的競爭。美國 Meati Foods 公司也將於今夏推出菇類菌絲製成之新型植物牛肉及雞肉，訴求菇類植物肉每份就含有50%蛋白與50%膳食纖維並提供每日人體所需一半的鋅含量，就是期待給消費者耳目一新的肉食體驗。

葡萄王生技以其領先的發酵術，已掌握與英國相同且符合國內法規許可之 *Fusarium venenatum* 菌株，投產後預期可放大到50噸級量產，而且以特殊離心技術取得之糊狀(paste)濕菌絲更可直接製造人造肉，減少乾燥、覆水的費用及工段，故更具競爭力。屆時期待與國內生產植物肉公司合作，直接提供菌絲供製造差異化的產品；亦不排除以客供料方式委託製成素肉排、素肉塊等以自有品牌銷售。



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 67 場，總人數達 2,464 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。

2022 年獲工研院邀請申請並執行經濟部工業局 iPAS 企業數位人才實作

培育補助計畫，計畫補助金額為 300 萬元，培養符合產業及企業升級轉型所需食品人才，輔導有志往食品保領域發展的在學生，提升能力並通過食品保工程師鑑定考試，加速企業邁向工業 4.0 工廠，由品保、品管、研發及生產單位之各式專業人才給予一對一指導。招收 12 所校系共 30 名實習生，培育學生課程時數均達 380 小時，學員滿意度調查各項分數均為 4.2 以上。有 14 名同學將實習成果發表於台灣農業化學會或台灣生物技術與生化工程學會的壁報論文，頒出 32 張好問獎，10 位同學加入台灣乳酸菌協會會員，3 位同學取得陳勁初總經理的推薦函。

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。2022 年共計發表期刊論文 37 篇，研討會論文 6 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 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異的營養價值。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。

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。



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	人蔘規 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、黃金蠅萃取物、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、葡萄糖酸鋅、L-精胺酸、瓜拿納萃取物、田七花葉萃取物膠、人參萃取物、菸鹼醯胺	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。

- 1. 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。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 30.98%），100%使用森林監管委員會（Forest Stewardship Council, FSCTM）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

2022年台灣已邁入後疫情時代，不論是民眾對自身免疫力提升的重視，或是在高齡化、生活步調及慢性病增加的情況下，運動健身或自我保養的預防保健意識已抬頭，且民眾的生活模式以及消費習慣也逐漸改變。葡萄王秉持健康專家的角色，專業研發團隊開發了更多元訴求的保健產品，希望全方位照顧到民眾的生活，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10%

1. 不敗經典，全新體驗

葡萄王身為台灣健康食品市場的領頭羊，歷年來推出許多經典熱銷產品，2022年我們將經典的熱銷產品加值再出發。PowerBOMB 爆能能量飲料於2022年4月推出季節限定的荔枝海鹽新風味，粉藍撞色包裝引領時尚潮流，且在年末迎來新一代人氣男團五堅情成員婁峻碩擔任代言人，在年

輕世代引起話題。康普茶雙纖飲2021年好評不斷，故於今年再推出了葡萄蜜香新風味，且產品為低糖低卡配方，更符合國人對於健康的訴求；推出後榮登【網路溫度計】機能茶網友票選的第一名，並創造了年銷破億的佳績。另外民眾在意的塑身議題，體脂救星易得纖益生菌膠囊（舊：易得纖），以更高規格再度研發，並取得健字號認證後重新問世，剛上市便引起熱潮創下百萬銷售額，成績相當亮眼。

2. 聯名圈粉，品牌加值

葡萄王近年來積極拓展企業多元化經營，並在2022年創造「HDMO」（Healthy Dream and Manufacturing Organization）新商業模式，其指想投入保健食品產業的藝人、營養師、健身教練等，都能與我們共同開發產品。GKLIFESHINE 是葡萄王為打造「HDMO」新商業模式的品牌，著重在「參與」和「共創」的實踐，因為企業經營的創新與多元化，正是葡萄王順應環境趨勢，持續向前的證明。在2022年已與簡沛恩、謝承均以及康茵茵等藝人聯合開發出數支產品，讓保健食品的專家及各領域的領袖相互加值，希望透過「HDMO」的創新商業模式，拓展企業多元化經營。

3. 社群口碑，精準投放（YTB、社群KOL、聲量）

在社群使用與數位媒體為主要趨勢的時代，精準行銷及口碑行銷的經營就顯得更為重要。葡萄王在2022年也鎖定此行銷模式，利用大數據分析去對潛在受眾傳遞品牌資訊，進行更有效的銷售轉換，找到對的品項，廣告投放效益成長5倍。也因社群平台的興起，消費者停留在社群的使用時間增加，我們瞄準社群領袖，與大量的藝人、KOL合作宣傳，更找了當紅Youtuber與PowerBOMB及康普茶進行合作宣傳，創造百萬次的觀看及曝光，同時也提供了許多品牌正面評價。

COLUMN 專欄

白瓶傳愛



2022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，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，讓您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」滿千送百折優惠，「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2022年為止回收的白瓶總數為11,404個白瓶個白瓶，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

營業處暨上海分公司
總經理
林源從



“ 葡萄王生技高度重視顧客對我們的信任，透過優化客服流程，我們期望帶給顧客最好的消費體驗。 ”

營業處
副處長
林嘉倫



“ 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。 ”

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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 定期針對消費者售後與客服服務後滿意度量化調查，2022 系統優化可針對不滿意的客戶聽取服務錄音以修正日後處理方式 ✓ 兩位客服人員均於 2022 年通過專業客服人員相關認證 ✓ 持續更新常見問題資料庫，並把品質客訴品管端的專業回復更新入資料庫內 ✓ 每 2 個月執行一次商品再訓練課程，以提升客服人員專業度 	

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。2022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。

2022年亮點投入：

隨著會員突 14 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，於 2022 新增聘護理師 1 位與營養師 1 位，並持續每月由營養師進行商品教育訓練，以提升服務專業度與品質，另針對客戶回應 SOP 建置，有效在康普茶熱銷衍生增加的色差客訴與紅茶粉沉澱客訴上，切實進行分級與 SOP 管理，無客訴衍生至重大客訴，藉由分級管理，確保客訴事項同步由相關單位知會與預先準備避免客訴擴大，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，追查可能原因多為商品品質，例如瓶蓋滑蓋，商品色差等原因，雖與客戶說明，但因品質調整多需較長時間進行優化作業，客戶對無法明確告知調整方向感到較不滿意，後續將持續將類似品質端客訴依循客訴 SOP 流程建立客訴單，讓後端品管等單位一併了解狀況並構思改善的方式就算不能 100% 調整也能有完整原因的說明，並依此建立完整問答資料庫，讓後續處理相同客訴問題時可更完整說明。



客戶滿意度調查結果

類別	2020年 ^{註1}	2021年 ^{註2}	2022年
非常滿意	15%	41%	60%
滿意	75%	51%	34%
尚可	5%	7%	5%
較不滿意	5%	1%	1%
很不滿意	0%	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，2022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		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	<ol style="list-style-type: none"> 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 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 收到退貨第一時間通知經辦人員 通知經辦人員 通知銷管作廢發票 原因檢討 對策擬定 改善追蹤 確認對策 執行成效 行政文件調查 品質異常確認單 調查報告 回覆營業處主管 回覆消費者 結案 回覆客服人員 回覆消費者 結案 					
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



2022年我們收到的客訴，主要以贈品使用與功能為主，其餘多為個資相關。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。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，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，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。

另外，也發生實體通路客戶，因購買到效期較短的商品，但商品已經開封使用，無法退換的狀況，客戶對於服務的內容不滿意，主因為實體通路銷售規則與活動較難一致，加上通路品項多，退貨規則較無法變通，若按照原辦法請客戶向原通路詢問，可能易讓客戶誤解品牌端不予進行處理，因此由此調整雖仍按照通路的規則，但若原通路處理上讓客戶不滿意，品牌端仍舊將秉持客戶服務滿意的前提，提供對應的客訴處理。

3.4.2 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。並全面導入滿意度調查，持續改善與客戶的交流，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，掌握實體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。

為此，葡萄王生技於2022年建構新式數據中台(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。



3.4.3 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，2022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。

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	持續維護 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
	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（資通安全部） • 雲端備份：15.6 萬 • 防火牆更換與維護：320 萬 • 端點管理系統：75 萬	• 伺服器採購：80 萬 • 顧問輔導費用：16.6 萬 • 外部驗證費用：8.5 萬 • 備份授權：28.5 萬	• 病毒防護系統：21.8 萬 • 合計約 566 萬系統：病毒防護、端點管理系統 • 設備：伺服器
具體實績	✓ 認證、授權支出及設備投入共計 566 萬元 ✓ 定期進行資安內部與外部稽核	✓ 雲端異地備份與還原測試 1 次 ✓ 不定期資訊安全宣導及 3 次電子郵件社交工程演練，加強員工對於資訊安全風險之應變與警覺性	✓ 資訊安全暨個人資料管理委員會召開 1 次會議

本公司2022年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。