

## 多喝水微鹼性竹炭離子水邀您挽袖做公益， 捐血補水一起來！

包裝水行銷處 / 劉佳芸

冬季因天氣寒冷陰雨，民眾時常感冒，且碰上寒假及過年期間，不少民眾行程緊湊忙碌，整體捐血量減少；然而冬季氣溫驟降的同時也誘發各種疾病，醫院用血量明顯增加，導致全台血庫告急。「多喝水」連續兩年與中、南部兩大捐血中心合作一起做公益，今年於1～2月舉辦「捐血補水」活動，贊助20多個捐血據點超過萬瓶的「多喝水微鹼性竹炭離子水」，期間共募集11,200袋熱血。

「多喝水微鹼性竹炭離子水」透過雙竹炭槽過濾，保留天然礦物質，呈現最接近人體血液的pH7.4 剛剛好的微鹼性，身體好吸收、無負擔；水質純淨甘甜且適口性佳，更榮獲國際風味評鑑二星獎章的肯定。捐血前大量水分的攝取能幫助血液循環，捐血後補充水分可以緩解不適感，「多喝水」透過公益捐贈，幫助民眾身體力行「捐血補水」！

「多喝水」長期參與公益行動，近年投入環境永續、動保宣導、社會關懷等活動，一同實踐ESG，促成經濟、環境及社會之進步。





## 熱暑對策 礦物質補給 多喝水 STAY COOL 今夏酷涼新上市

包裝水行銷處 / 洪子甯

近幾年氣候異常變遷，全球各地高溫炎熱已成常態，因應此現象，日本各大飲料廠商也推出各種補給飲品因應熱中暑預防需求。台灣在疫情過後消費者戶外活動需求增加，消費者對於功能性補給水飲的消費需求也不斷提高，「多喝水」今年4月推出全新「STAY COOL 礦物質補給系列」，有添加日本專利涼感配方的低糖補給飲及以強氣泡口感帶來清涼感的無糖氣泡水兩種風味供消費者選擇，不只酷涼消暑，同時補充日常流汗所需水分與礦物質。

「多喝水 STAY COOL」特別添加世界唯一碳足跡認證、來自澳洲的「德博若湖鹽」。德博若為澳洲五百萬年的湖泊，其中的湖鹽保留鈉、鎂、鐵等礦物質及微量元素，口感溫和且無重金屬或輻射汙染。「STAY COOL 礦物質補給系列」添加的鈉含量符合日本厚生勞動省針對熱中症對策飲料的建議添加量，讓消費者可以補充流汗所需礦物質、維持體內水分平衡。

炎熱的夏天來臨，和朋友來瓶「STAY COOL」，一起暢享涼爽快感！各大便利超商與全聯熱賣中！更多最新消息請關注[多喝水]粉絲專頁：[https://instagram.com/morewater\\_tw](https://instagram.com/morewater_tw)

## 辛香濃 帶你進入味覺新境界！ 味味一品天香川味牛肉麵新上市

速食食品一處 / 彭姿瑜



是不是吃膩了市面上現有的牛肉麵呢？吃來吃去都是那幾款……  
是味味一品聽到消費者的心聲啦~ 決定隆重推出不只有外表，內涵也很驚為天人的天香川味牛肉麵！帶給消費者不再只是一碗牛肉麵，而是一場充滿辛香濃味覺奇幻饗宴。

### ◆層疊香氣引人入勝

添加經典比例的多種香料將整體湯頭分成前、中、後三段式層次的風味。  
基底香：以八角及花椒為基底，提升湯頭底蘊與深度，加深口感豐富性。  
勁道香：以當歸、油桂與胡荽作為香氣擔當，以甘味做為緩衝使得各種香料間彼此搭配得更好，濃厚香氣撲鼻不突兀。

層次香：以甘草、草果與荳蔻等香料為後段加深層次，層疊的香氣更加引人入勝。

### ◆嚴選牛肉，直火慢燉

嚴選產地牛肉，12道工序直火慢燉，燉煮出Q嫩多汁的牛肉，這碗濃厚甘醇的湯頭，擁有迷人的三段層疊香氣、彈牙吸汁的麵條，成就經典又獨特的天香川味牛肉麵。



即日起於全台各大便利商店與全聯福利中心販售中，還不快趕緊抄起手刀以百米速度奔向賣場，將全新的天香川味牛肉麵帶回家好好的品嚐一番！



## 食尚推薦第二彈 全台最有料的炒泡麵 味味 A 炒泡麵 爆香三杯風味 / 香辣炸醬風味

行銷部速食食品處 / 黃正傑

味味 A 在去年與食尚玩家合作，推出紅燒牛肉和香辣海鮮兩款泡麵，在市場上斬獲佳績，帶來亮眼的銷售表現，並引起廣大迴響。今年延續去年的氣勢，再度與食尚玩家攜手合作，推出全台最有料的乾麵，以濃郁醬汁加入市售乾麵沒有的豐富蔬菜與原塊肉片，讓人吃起來都能口口滿足。

這款炒泡麵系列推出了兩款經典口味，「爆香三杯風味」以九層塔、蒜頭、薑高溫爆炒，融合濃郁醬汁，每一口都能感受到鍋氣與迷人的三杯香氣。另一款「香辣炸醬風味」使用遵循古法醬缸釀造，經過 180 天自然醱酵而成的豆瓣醬，散發令人著迷的豆瓣香氣，佐以層次感豐富的辛香料，口味鹹香帶辣，風味芳香濃郁。

除了濃郁醬汁之外，這次的產品更融入了”炒泡麵”豐富有料的概念，挑戰台灣乾麵品牌所沒有的配料豐富度，加入大量脆甜蔬菜及真實原塊肉片，不只要好吃更要滿足，豐富程度足以比擬日系泡麵。

味味 A 炒泡麵在全通路皆有上架銷售，歡迎各位味丹同仁們一起來支持這次重中之重的新品，讓我們創造下一個業績高峰。味丹



## 火鍋迷集體歡呼迎接全新「味丹古早味烏梅汁」

飲料行銷處 / 潘怡潔

每到到了秋冬季節，市面上各家品牌都陸續推出許多適合天冷搭配的多元化佐餐飲品，不管是家人團聚或是朋友聚會，各種場合都有不同選擇可作為搭配。而其中最適合搭配麻辣鍋、薑母鴨…等重口味大餐的飲品莫過於烏梅汁了！談到烏梅汁在市面上的品牌絕對超過十隻手指頭，但身為味丹人的你，知道味丹也有烏梅汁嗎？



「味丹古早味烏梅汁」今年重磅設計全新包裝，在 2 月時於全聯通路上市。整體以古典金色鑲邊、搭配喜氣沈穩的酒紅色底，完美顯現古典質感及周邊花色的精緻設計。此外，味丹古早味烏梅汁不單僅是外包裝吸睛，烏梅汁更萃取頂級烏梅，並以古法秘密配方進行調製，入口酸甜又帶了撲鼻的烏梅香氣，是經典好解膩又爽口的滋味，絕對適合吃大餐時來一杯！



而除了直接飲用外，味丹烏梅汁也可入菜或作為其他調飲的好夥伴。包含像是特別適合閨蜜聊天邊喝的「烏梅調酒」，調酒比例與配方是「味丹烏梅汁 1：伏特加 2」，實際可依個人喜好再做調整；另外喜愛烘焙的人也可以參考免烤箱的烏梅果凍蛋糕，簡單又方便的小點心隨手就可完成，推薦給喜愛以及沒有嘗試過「味丹古早味烏梅汁」的夥伴！

味丹

# Mountain Dew 2024 Do The Run 挑戰瓶 限量登場


飲料代理行銷處 / 湯美惠

風靡美國、暢銷全球的 Mountain Dew 激浪汽水，延續大膽做自己特有的品牌精神，2024 年以「Do the Run」邀大家一起熱血動起來，串聯台灣各地經典路跑賽事以及跑者必備的 Garmin 運動品牌，打造最強能量補給車全台巡迴走透透，為 Dew 友們的熱血挑戰注入滿滿應援！



Mountain Dew 是百事公司旗下最暢銷飲品之一，帶有獨特清新的檸檬柑橘味，綿密氣泡的暢快感、瞬間振奮的能量感，不止在國外時常與賽車、滑雪及 NBA 籃球等各項運動賽事合作，自 2019 年於台灣上市後也持續與各項冒險挑戰推出一系列活動，表現最大膽、最有個性的品牌風格。因此在 2024 年結合台灣人最熱衷的路跑活動，以「Do the Run」概念設計台灣限定版挑戰包裝，將最具代表性的路跑景點，像是野柳女王頭、太魯閣，奔跑者等融合於瓶身，展現充滿挑戰、勇敢冒險、超越自我極限的品牌概念，期望帶給消費者全新不同熱血感受。

除了台灣限定挑戰包裝外，此次也以「Do the Run」視覺打造 Mountain Dew 能量補給巡迴車，於 2024 年上半年將攜手全台唯一獲得世界田徑金標認證的 3 月萬金石路跑賽事，以及 4 月台灣年度盛事 - 大甲媽祖繞境活動，在現場不間斷的為所有參加者活動應援，熱血前行。

Mountain Dew 挑戰瓶在全台便利商店、超市、量販店皆有販售，於 2024/4/1-2024/5/31 期間購買任兩瓶登錄發票還可抽 Garmin 最新運動錶款、品牌獨家限量好禮等多項大獎，歡迎大家踴躍參與。 

活動詳情請見 Mountain Dew 官方 LINE：<https://eventtw.com/mtd2024q2>

## 百事可樂全新 LOGO 華麗登場 結合經典及現代，打造新世代新感受！

飲品部飲料代理行銷處 / 陳儀蓁

百事可樂於 2023 年底公告即  
將推出全新 Logo 登場！這  
次改變不僅是品牌形象的更新，更



是對於當代消費者需求和市場趨勢的回應，這是自 2008 年以來的首次大改版，而在 2024 年全球各地區已陸續更新轉換，台灣也將於今年 4 月起進行全面的包裝更新及品牌形象的再升級。

百事可樂新視覺設計融合了歷年百事可樂 LOGO 的經典元素和現代風格，可以說是百事可樂的一次文藝復興！相比之前的版本更加亮眼，字體不只移動到經典紅藍白三色圓球正中央，也更換成流線感的粗體設計，讓整體看起來更加充滿活力和潮流感。而在紅藍、白黑的雙重對比之下，也讓 LOGO 躍出平面，將品牌形象推向了新的高度。

除了 LOGO 的改變，百事可樂原有的瓶身顏色做了調整，加入電光藍和黑色的元素，為品牌注入了一絲新潮的氣息；新增的黑色元素也正象徵著百事可樂將著力於無糖系列產品的決心及未來發展的方向，這些改變不僅展示百事可樂對於市場變化的敏銳度，也顯示品牌對於消費者健康的關注和負責任的態度。台灣也將延續著品牌發展的方向及策略，運用其多元且豐富的素材資源，於通路端爭取最佳的銷售機會，逐步拓展在飲品的市場規模，為公司創造更多正面形象及利潤成長。



# 百事可樂無糖芒果口味清新上市！


飲品部飲料代理行銷處 / 陳儀蓁

響應全球無糖趨勢及健康意識提升，百事可樂 2024 年規劃於 7-11 全台門市推出百事可樂無糖芒果口味限量販售，無糖零熱量的碳酸飲，最適合想要享受刺激氣泡口感，又需要控制糖分攝取的消費者，此外特有的芒果風味更添加了味蕾的享受，保證一喝上癮！

芒果在台灣一直是最受歡迎的水果之一，百事可樂將芒果的風味融入經典可樂中，不僅增加了口味的多樣性，清爽的滋味也讓人愛不釋手！尤其沁涼解膩的滋味，完美搭配著各式美食，無論是漢堡、披薩還是炸雞，百事可樂無糖芒果口味都是佐餐搭配的最佳選擇！



配合此產品的上市，今年也會在最受 Z 世代歡迎的《VOGUE 野餐日》舉辦現場試飲推廣活動！

4 月 20 日野餐日當天，除了可以一嚐新品的暢爽滋味外，同時也可參加精彩的品牌活動，透過現場的互動體驗，拉新品牌與新世代的距離，更期待能將百事的好滋味拓展給更多人，持續累積品牌的好感度，藉此帶動業績的提升。 



## 戰酒黑金龍巡迴體驗車全台試飲！大玩高粱特調 DIY 口感驚豔民眾

酒品行銷部 / 蔡叔芳

小酌高粱不再是老爸專屬的權利，味丹「戰酒黑金龍」打破以往純飲高粱的習慣，化身最潮調酒基底，透過全台走透透的巡迴體驗車活動，祭出 3 款冰爽微醺的調酒，並讓民眾動手



DIY 調酒增加體驗趣味性，每到週末活動日皆吸引人潮搶至指定賣場嚐鮮。



對於高粱的印象還停留在純飲時的濃郁酒香及辛辣口感嗎？榮獲國際烈酒競賽金牌三連霸的「戰酒黑金龍」酒體紮實且層次豐富，蘊涵梅子、堅果、蜂蜜與辛香料的混合口感，少了印象中的

辛辣感，反而散發水梨與春天花香氣息，存放冰箱以凍飲方式品飲，入口轉化為柔順清甜的爽口花香氣息，令人讚不絕口，也因此相當適合做為特調酒飲的基酒，增加品飲樂趣。

為推廣「戰酒黑金龍」爽口百搭的特性，此次全台巡迴體驗活動特別設計「鐵漢柔情」、「百戰百勝」及「梅涼心」等 3 款特調酒譜，搭配味丹品牌旗下 SUAN 蜜桃紅茶氣泡飲、MORE 百香果風味氣泡水及

禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒



古早味烏梅汁等常見的飲料作為調酒素材，讓民眾DIY發揮創意調製個人喜愛的特調酒飲，擔綱「一日調酒師」體驗。

現場體驗民眾紛紛表示：「原來調酒比想像中容易」、「加入大量冰塊及氣泡水消暑又好喝」、「沒想過高粱也可以這樣喝，很有趣」、「與印象中爸爸在喝的高粱味道完全不一樣」、「凍飲方式喝起來口感和香氣都很清爽」，試飲體驗後大大顛覆了眾人對於品飲高粱的印象。

調酒師 York 分析三款特調酒飲的特性：若喜愛梅酒的清爽口感首推「鐵漢柔情」，以戰酒黑金龍搭配蜜桃紅茶氣泡飲及檸檬片，當滿滿的蜜桃茶香結合濃郁氣泡衝擊，一喝瞬間沁涼消暑；「百戰百勝」則是以戰酒黑金龍搭配百香果風味氣泡水、百香果汁及薄荷葉，喝起來酸酸甜甜、果香感濃郁順口，是巡迴以來最受民眾喜愛、點單率最高的品項；酒感較重的「梅涼心」則是以戰酒黑金龍搭配古早味烏梅汁、烏梅，搭配大量冰塊喝起來像是高級梅酒飲，尾韻深厚令人回味無窮。 



禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒

## 隨緣重磅推出紅燒嫩菇、沙茶豆腐年度新品 真實好料連霹靂巨星「素還真」都說讚， 百位網紅強力推薦！

行銷部食品行銷處 / 賴姿蓓

近期剛上市就受熱烈迴響的隨緣 2 支新品，一次推出廣受歡迎的 2 種風味，【紅燒嫩菇湯麵】以甘甜紅燒湯頭配上大片杏鮑菇、【沙茶豆腐湯麵】則是濃厚沙茶湯頭搭配嚴選日式豆腐，並請來霹靂布袋戲中的經典巨星「素還真」拍廣告，要以美味湯頭、有感好料，來征服大眾的味蕾。




隨緣此次特別結合「霹靂布袋戲」當中的經典角色霹靂巨星「素還真」，作為主角拍攝廣告影片，片中揮舞練功的素還真，透過寶劍出鞘方式，完美演繹出大片杏鮑菇及日式豆腐紛紛落下的美味場景，傳達隨緣這兩款泡麵「真素好料，霹靂好呷」產品訴求。

「紅燒嫩菇湯麵」主配料為杏鮑菇，富有素食界牛肉之稱，口感脆嫩鮮美；「沙茶豆腐湯麵」當中的豆腐是素食者主要蛋白質來源，選用日本進口的高野豆腐也廣受素食者的喜愛。

隨緣年度新品一「紅燒嫩菇湯麵」和「沙茶豆腐湯麵」，一推出就得到百位網紅的真心推薦，並在網路上大獲好評，就連國際巨星「素還真」也說讚！



四大超商、全聯超市及量販通路皆可買得到，美味大獲好評中～ 



## 雙響泡府城擔仔麵 試過才知道 全新上市!!! 雙響泡又出新品啦!!

行銷部速食食品部 / 孫筠安


**這**次帶來府城經典美食 - 府城擔仔湯麵，將紅蔥熱油煸香，加入傳統醬味，鋪上蒜末及香菜碎，拌入湯底，濃郁肉燥香氣撲鼻而來，湯頭帶有鮮蝦獨有鮮味，尾韻清甜回甘，鮮而不膩，再加入大量銀芽、香菜末，味覺視覺雙享受！彷彿置身傳統擔仔麵攤，細品一碗經典，雙響泡其實真的不可怕～

這次新品上市，雙響泡也推出兩支年度廣告片，繼去年的「勇者之路」虛心受教後，這次以黑色幽默的方式，將網友戲稱「雙響泡很可怕」及「吃雙響泡的人都味覺喪失」帶入劇情作為自嘲梗，劇情前後反轉，帶出「雙響泡其實並不可怕，請你試試看」，希望能引起消費



(品牌推廣合作 圖片取自解婕翎 IG)

者話題，並吸引消費者購買嘗試。影片一出即有蠻多消費者表示願意嘗試購買，亦有蠻多人給予產品肯定，表示好吃，以及品名與口味相符的好評。

雙響泡一路走來力抗負評，不斷精進調整，敢於自嘲，並以創新傳播手法來與消費者溝通，希望能有更多人願意嘗試，並回購。現在在便利商店、全聯、量販店皆可購買，還沒試過的夥伴歡迎購買試看看～雙響泡 試過才知道!! 





## 享受味蕾的太空之旅，輕盈營養新選擇—— 小綠綠藻蔥餅

味丹生技 / 劉蕙瑄

在節奏快速的職場生活中，新時代上班族在追求工作成就的同時，更加注重生活品質與個人健康。總在尋找能快速填飽肚子，也能補充營養的產品，因此，味丹生技精心打造了一款創新的健康休閒食品——小綠綠藻蔥餅。這款產品不僅迎合了休閒食品正餐化的市場趨勢，更為忙碌的上班族在工作中保持最佳狀態。

小綠綠藻蔥餅的最大亮點是添加味丹生技專業團隊培養的珍貴綠藻，綠藻富含 35 種以上的營養素，包含維生素、礦物質、膳食纖維以及 18 種胺基酸，且特有綠藻生長因子 C.G.F，幫助維持消化道機能，增強體力。綠藻多元的營養功效能在糧食匱乏的環境，為人體提供關鍵營養，所以被列為太空食物之一，奠定其「自然界的超級食物」的美譽。

本產品每小包僅含 94.5 大卡，採用低糖無添加的配方，堅決不使用任何防腐劑、香料及人工色素。每一口的美味，都是純淨與天然的呈現，讓大家在輕鬆品嚐美味的同時，也能保持輕盈，獲得無負擔的

小小一包**18種胺基酸**隨時補充

- 釋放壓力 提升備航能量
- 防止打盹 提高工作專注力
- 減輕疲勞 幫助運動後不適

BCAA包括三種必需胺基酸

- 亮氨酸 (Leucine)
- 異亮氨酸 (Isoleucine)
- 纈氨酸 (Valine)

BCAA我們無法自行合成 必須通過飲食或補充品攝取

1768 mg 胺基酸含量

240mg BCAA

1包涵蓋 90% 人體所需 胺基酸種類



飲食體驗。小綠綠藻蔥餅不僅是一款餅乾，而是一份對健康與美味的深刻理解，一種輕便的營養補給，一份對繁忙生活的貼心關懷。味丹

## 「當責」及「用心」

- 一、在工作職場上，不只盡忠職守，更應主動「當責」及「用心」，創造更多價值。
- 二、用心的關鍵特質為：1、創造新類別的能力；2、能夠包容與接受新資訊；3、能夠同時注意到多個角度與面向。
- 三、做任何事最關鍵的一項是「用心」，用心做事就能成長。
- 四、把事情做對及做好！為「最終成果」負「完全責任」，就是當責。
- 五、當責是勇於主動承擔責任，相信自己有能力面對挑戰。
- 六、當責是有智慧足以看見問題的核心並正確地解決問題。
- 七、當責是落實目標管理，從上到下的目標要明確並徹底執行。
- 八、用心，讓你看見問題核心，跳脫思想困境。

## 洽洽瓜子全新口味「松露瓜子」

食品行銷部休閒食品行銷處 / 廖珮淳

今年洽洽風味瓜子推出全新口味，那就是在日本也大受好評的「松露瓜子」，前調松露香氣縈繞，中調滿滿的黑松露醇香，後調肉香交織、唇齒留香，多層次的為味覺體驗，為台灣饕客帶來全新的味覺享受。

松露瓜子的推出，給人一種耳目一新的味覺感受，每一顆瓜子都蘊含著細膩的松露香氣，讓人在品嘗的過程中彷彿置身於尊貴的美食殿堂，這種獨特的口味結合松露的濃郁與瓜子的香脆，讓人一試難忘，回味無窮。

從挑選葵瓜子開始，就要求顆顆飽滿，加上用7道工法煮製，才能將黑松露獨特的華麗香氣，完整的附著在瓜子上，每一口咬下，有種唇齒留香的滿足，如此費工，只為了讓消費者享受輕奢一嗑。

松露瓜子的成功登場，不僅為口味挑剔的消費者帶來了全新的味覺體驗，也為通路銷售帶來了一股新的商機風潮，隨著消費者對食品品質的不斷提升，我們相信松露瓜子將會在市場上繼續掀起一股口味



熱潮。

現在在全聯、家樂福、大潤發、愛買、各大超市以及各大電商平台皆有販售中，歡迎各位到各大通路支持全新口味洽洽松露瓜子，享受輕奢一嗑。

