

## 味丹生技登場亞洲生技展 打造全齡健康解決方案

味丹生技 / 黃育莘、沈虹吟

味丹生技於 2025 年 7 月 24 日至 7 月 27 日，再度登上國際展會舞台，參與在台北南港展覽館盛大舉辦的「亞洲生技大展」。本屆展會規模創下新高，吸引來自全球 19 個國家、超過 850 家參展商齊聚，展出攤位超過 2,200 個，已成為推動亞洲生技創新與跨國合作的重要平台。

對味丹生技而言，此次展出不僅是「重新被看見」的契機，更是再一次與國際交流的關鍵時刻。自籌備階段開始，團隊便全力投入於主視覺設計、展區動線規劃、展品展示與產品資料，務求以最佳姿態呈現企業研發實力與品牌價值。



味丹生技團隊於 2025 亞洲生技大展亮相。

### 全台最大綠藻供應商 聚焦健康老化市場



展區完整呈現綠藻原料與多元應用產品，吸引參觀者駐足了解。

味丹生技深耕微藻研究數十年，長期致力於醱酵技術與功能原料的開發，並鞏固全台最大綠藻供應商的領導地位。以「全方位健康老化解決方案」為核心，展示包括綠藻、Chlorich<sup>®</sup>、NattoOne<sup>®</sup>、 $\gamma$ -PGA、Chloessence<sup>®</sup>SK 等多項原料，並同步推出中英文型錄，展現國際化布局。

### 綠色生技領導者 - From Nature to Future

隨著台灣邁入超高齡社會，「健康老化」成為產業焦點。根據調查，2024 年全球健康養生補充品市場規模已達 140.6 億美元，預估 2034 年將突破 216 億美元，顯示銀髮營養市場持續高速成長。台灣方面，近八成 60 歲以上族群在過去一年曾購買保健食品，平均每年消

費超過新台幣 1.3 萬元，是廠商競逐的重要族群。

憑藉逾 50 年醱酵技術與 12 項專利，味丹生技將綠藻、納豆膠、 $\gamma$ -PGA、納豆激酶等原料，延伸應用於健康老化方案。我們聚焦於銀髮營養的核心需求，包括營養補充、抗氧



味丹生技楊世安董事長（左一）於展會中，親切交流並與來賓互動。

化、骨骼關節、免疫調節與心血管保健，提供全方位解決方案。這不僅呼應全球市場趨勢，更彰顯我們在「健康老化」領域的承諾與使命：讓長者不只健康長久，更能維持活力與生活品質。

### 展區設計 傳達永續願景

此次展會的主視覺以柔和的黃綠色象徵綠藻的純淨與再生，流動線條代表生命能量，圓形元素寓意細胞修復與持續創新精神。展區內特設「綠藻原料牆」、「品牌沿革牆」與「ESG 永續牆」，並結合多媒體播放，讓參觀者沉浸式體驗「From Nature to Future」的品牌理念。

展覽期間，我們共展出 15 項原料與 18 項應用產品，涵蓋明星原料 Chlorich<sup>®</sup>、NattoOne<sup>®</sup>、 $\gamma$ -PGA、Chloessence<sup>®</sup>SK 等。短短四天，便吸引近百位國內外訪客留下合作意向資料，其中包含多家 B2B 與商品開發單位，顯示業界對健康老化及跨領域應用的高度關注。



展區人潮熱絡，來賓踴躍參與並深入了解味丹生技產品。

### 從自然出發，走向永續

味丹生技此次於國際展會舞台亮相，不僅展現深厚的研發實力與市場佈局，更透過「健康老化」主題，與國際產業鏈攜手探索未來機會。我們將持續以創新原料與專業技術，為全球消費者帶來兼具科學實證與永續理念的健康方案，實踐「從自然出發，走向永續」的品牌願景。



健康方案，實踐「從自然出發，走向永續」的品牌願景。

當責，讓每個細節不被忽視，讓每個目標都能實現。

## 「多喝水 BAR」北中南限時快閃 用最巧一丸的方式，勸你喝最正經的水！

水補給行銷處 / 顏嘉儀

**多** 喝水長期致力於以幽默詼諧的調性與年輕人對話與建立連結；透過不流於俗且有點無厘頭的方式站在年輕人的立場發聲，以「多喝水沒事 沒事多喝水」的品牌精神，鼓勵人們多喝水。

2025 年多喝水品牌年度傳播以「多喝水 BAR」為核心主軸，巧妙結合年輕世代最具話題性的立飲酒吧文化，打造出屬於年輕人的「喝水社交體驗」。今年以北中南巡迴實體多喝水 BAR 為主要亮點，並搭配社群系列內容進行全年度話題經營；同時更首次嘗試與台北知名酒吧臺虎精釀進行異業合作，成功吸引更多精準的年輕消費族群，提升互動深度。

5 月活動預熱期，多喝水 BAR 與臺虎精釀異業合作舉辦兩天的試營運活動，結合 KOC 現場參與及分享，提前引爆社群討論熱度；亦邀請了百萬人氣 YouTuber



【圖 1】多喝水 BAR 試營運於臺虎精釀吸飲室信義店活動照片 - YouTuber\_Dodomen 成員 Ian (@thedododmen)

「Dodomen」的 Ian 擔任「多喝水 BAR」一日店長，超人氣網紅不僅吸引了大量粉絲前來參與「拼水之戰」，更在現場掀起了一陣拼水熱潮！

6-7 月期間，「多喝水 BAR」北中南巡迴活動參與人數踴躍，憑藉完整還原年輕人熟悉的「立飲酒吧」場景，帶給消費者新鮮有趣的喝水體驗。首場活動選在人流熱絡的台北香堤廣場舉行，現場以 DJ 音樂炒熱氣氛、Bartender 充滿浮誇儀式感的「調水秀」、量測喝水後快樂濃度的「水測體驗」區，吸引大量民眾圍觀參與、拍照互動。整點拼水遊戲在主持人帶動下同樣參與踴躍。活動從頭到尾排隊不斷，反應熱



【圖 2】多喝水新莊棒球場、台中港三井 outlet 及高雄駁二大勇藝術特區活動照片

烈。台中草悟道、高雄駁二、新莊棒球場的巡迴活動則吸引大量年輕族群到場打卡體驗，進一步放大社群話題與品牌影響力。

今年多喝水 BAR 開張搭配限量包裝並透過一系列線上線下

整合的傳播操作，成功深化並持續傳遞「多喝水沒事 沒事多喝水」的品牌核心價值，讓喝水不只是健康提醒，更成為貼近年輕人生活的趣味文化符號。請繼續關注多喝水 IG 首頁 (@morewater\_tw)，未來還會有更多多喝水相關的活動唷！



【圖 3】多喝水 BAR 活動照片



【圖 4】多喝水 BAR 限量包裝共有 4 款設計，有「長島冰水」、「莫水多」、「水星瑪麗」及「水丁尼」等四種，每個包裝都非常的吸睛有趣，讓人非常想一次就全部入手收藏！

當責是信念，更是行動。

## 新品上市 | 「海天薄鹽上等蠔油」 健康減鹽更安心 全聯火鍋季限定合購饗宴

品冠行銷商品開發處 / 吳家儀

料理愛好者有福了！海天醬油全新推出的「海天薄鹽上等蠔油」，主打「減鹽依然美味」，一登場便成為家庭廚房的新寵。這款升級版蠔油不僅在健康與美味之間找到最佳平衡，更以貼心設計滿足現代家庭的烹調需求。

「海天薄鹽上等蠔油」強調零防腐劑、零焦糖色、零黃原膠，為消費者帶來更安心的選擇。即便減鹽 25%，依然保留蠔油獨特的鮮甜鹹香，讓料理美味不打折。每一滴都承載著自然純粹的滋味，讓日常飲食更清爽、健康。

除了成分升級，外型設計同樣充滿巧思。魚型擠擠瓶不僅方便單手操作，瓶口更是不沾黏，用多少、擠多少，乾淨俐落不殘留。無論是快手小炒、涼拌爽口，還是拌麵、蘸料、湯品調味，甚至燒烤醃肉、刷醬提鮮，都能輕鬆駕馭，堪稱廚房裡的百搭法寶。

11月21日至12月18日，在全聯福利中心，推出超值優惠：特別結合肉類與火鍋湯底，打造火鍋季限定合購活動，讓消費者一次滿足美味與優惠！這不僅是為健康飲食開啟新選擇，更是消費者輕鬆入手的最佳時機。

「海天薄鹽上等蠔油」將傳統美味進化成符合現代需求的輕盈調味，讓料理回歸純粹鮮美，讓家人吃得健康又放心。這個秋天，就讓海天薄鹽上等蠔油為您的餐桌增添一抹濃郁香氣與安心好味。



# 瓜子新革命！創新水洗工藝 去皮更入味！ 新品來襲 洽洽新葵五香味瓜子

休閒食品行銷處 / 鄭雅儂

誰說瓜子只能是黑色的，全台首創一去皮葵瓜子，採用新一代創新水洗工藝，將傳統瓜子去皮再使用天然辛香料精心慢煮滷製五香味，相較一般葵瓜子，口感更入味。



洽洽新葵五香味瓜子經過層層篩選，嚴選優質葵瓜子再經由三段式精準控溫，讓葵瓜子保有香脆口感，搭配洽洽獨家「水洗工藝」，細膩的水流與精準的時間控制去除葵瓜子外層表皮，同時保有原有的營養成分。掌握黃金慢滷時間，使瓜子能均勻吸附和滲透調味，讓瓜子更入味，為消費者帶來一場濃郁且富含香氣的味蕾饗宴，嗑出新滋味！

不論是配茶小點、下酒菜或是親友聚會的零食選擇，洽洽新葵五香味瓜子都能輕鬆滿足你的需求，每一口都讓你享受濃郁而不膩口的風味，讓人忍不住一口接一口，停不下來的健康零食！瓜子不再只是



零食更是歡聚時光不可或缺的氣氛夥伴。享受美味的同時還能和家人朋友一起分享健康。

現在就想來一包？歡迎至全台全聯及量販店購買！



當責在先，信賴相隨。

## 滿滿青蔥強勢登場！味味麵經典再進化 「青蔥自由肉燥湯麵」翻轉既有印象

行銷部速食食品一處 / 楊芝涵

蔥控絕對  
要來打  
卡！台灣經  
典泡麵品牌  
「味味麵」，  
今年冬天帶



來限定商品——「青蔥自由肉燥湯麵」，將於 10 月 1 日起於 7-ELEVEN 限定登場。湯底以味味麵最經典的肉燥滷汁為基底，大膽升級，豪邁加入青蔥，鋪滿整個杯麵，不僅讓湯頭增添爽口層次，蔥香獨有的清新香氣也中和了肉燥湯底的濃厚感，帶來滿滿衝擊的味覺饗宴，每一口都咬的到蔥，讓人愈吃愈順口，真的超上癮。除了味覺上的驚喜，青蔥自由肉燥湯麵在視覺上更是一大亮點，打開包裝後，將青蔥撒上泡麵，滿滿的青綠映入眼簾，讓人感受到「誠意十足的滿足感」，打造「看得到、吃得到、超級香」的三重享受。

味味麵已陪伴台灣消費者超過 50 年，以濃郁的台式肉燥湯頭和經典麵體廣受大眾喜愛，這次的季限品除了保留了味味麵的靈魂滋味，更加入青蔥自由的驚喜感，不論是想體驗滿嘴蔥香的爆擊，還是嘴饞想來點有趣又實惠的食物，這款杯麵絕對值得收入口袋名單。

本次季限品不僅是口味創新，更蘊含品牌年輕化的策略意圖。隨著年輕世代對飲食的期待愈趨多元，味味麵積極將「主流與話題性元素」融入商品設計，以呼應消費者對新鮮感和話題性的追求。同時，更強化了品牌在便利商店通路的貨架排面。期待藉由這波季限品上市，持續提升味味麵在年輕消費族群中的知名度與好感度，並進一步鞏固品牌在市場的領導地位。

## 双響泡攜手中職明星賽合作受矚目 歐告聯名包裝掀話題

行銷部速食食品一處 / 褚翊雯

今年的中職明星賽，双響泡與中華職棒合作，推出限量聯名包裝。這不僅是中職史上第一次與泡麵品牌攜手，讓



球迷在享受比賽之餘，也能透過泡麵感受到活動氛圍。以最萌大使「歐告」為主角的包裝一亮相，就引發球迷熱烈迴響，許多人直呼「太可愛了，一定要收集！」，提升了產品的話題度與收藏性。

在明星賽現場設立了品牌攤位，現場氣氛熱絡。熱騰騰的試吃吸引球迷排隊參與，不少人對湯頭和麵體都給予高度肯定。品牌吉祥物「阿泡」也驚喜現身，與球迷互動、合影，帶動話題與好感度。整體攤位氛圍成功展現双響泡的活力與親和力。

本次合作除了現場體驗，我們也同步推出抽獎與買贈活動。消費者只要在活動期間購買双響泡並登錄發票，就有機會獲得中職球員親筆簽名球、明星賽球衣等限量好禮；還有買就送「歐告聯名」的帆布提袋及飲料杯袋的活動，持續在通路曝光並擴大品牌聲量。

透過這次合作，我們結合了中職明星賽的熱潮與年輕球迷族群，



提升品牌在運動賽事領域的曝光，進一步拉近双響泡與球迷的距離。這場跨界合作不僅創造了話題，也成功塑造双響泡活力、熱血的品牌形象。

## 味丹生技挺文化、護健康 攜手臺中電影 Fun-In 季 共創夏日美好回憶

味丹生技 / 劉蕙瑄

### 在地文化盛事 Fun-In 季突破萬人參與

由臺中市政府新聞局主辦的「臺中電影 Fun-In 季」至今已邁入第 13 屆，深受市民喜愛。今年自 6 月 27 日至 8 月 30 日，巡迴臺中 29 個行政區，免費放映 15 部優質動畫電影，場場吸引大小朋友到場同樂，今年累積參與人數更突破一萬，已成為臺中夏季最具代表性的文化活動之一。



味丹生技出席電影 Fun-In 季開幕記者會，展現企業支持文化公益的決心。(圖 / 2025 臺中電影 Fun-In 季)



現場觀眾排隊領取小綠綠藻蔥餅，大小朋友共享健康美味。(圖 / 2025 臺中電影 Fun-In 季)

### 健康零食響應公益 小綠綠藻蔥餅 陪伴觀影時光

今年味丹生技攜手味丹文教基金會，以實際行動支持在地文化與公益，特別贊助 42 箱、共 4,000 包小綠綠藻蔥餅，讓民眾在觀影之餘，也能享用兼具健康與美味的小點心。小綠綠藻蔥餅的特色在於加入綠藻原料，綠藻不僅營養豐富，更能吸收二氧化碳、守護環境。味丹生技憑藉數十年微藻研究經驗，展現對健康生活與永續發展的堅持，呼應企業實踐 ESG 的核心理念。

### 社群互動串聯 公益效益擴散加乘

今年活動除了現場熱烈參與，也透過社群平台成功擴大影響。味

丹生技 Facebook 貼文搭配抽獎活動，並贈送小綠綠藻蔥餅作為獎品，吸引粉絲踴躍互動。貼文成效亮眼，獲得 1,063 則留言、377 次分享與 1,666 人按讚，讓公益效益延伸至線上社群，擴散至更多族群。這不僅提升品牌曝光度，也深化了與消費者的互動連結，進一步展現企業積極參與公益的形象。



味丹生技透過 Facebook 互動貼文，吸引逾千則留言，擴大公益效益。

## 品牌責任實踐 共創健康幸福未來

透過參與「臺中電影 Fun-In 季」，味丹生技不僅以健康產品回饋社會，更透過文化活動展現企業社會責任。這份心意從現場觀眾延伸至社群群體，形成正向循環，讓更多人看見味丹生技積極參與在地文化、持續耕耘公益的決心。

展望未來，味丹生技將持續以「健康、永續」為核心精神，投入更多公益與文化推廣行動，與社會大眾攜手共創健康與幸福的美好生活。 



2025 臺中電影 Fun-In 季活動大合照，現場洋溢笑聲，味丹生技與市民共享健康與快樂，留下夏日美好回憶。（圖/2025 臺中電影 Fun-In 季）

## 榮獲國際美食評鑑 2 星殊榮 味味一品 「天香川味牛肉麵」創意隱藏吃法話題不斷

行銷部速食食品處 / 賴姿君

**榮**獲 ITI 國際美食評鑑大獎 2 星肯定 的味味一品「天香川味牛肉麵」，以「辛、香、濃」的風味受到國際評審的喜愛。近期更有在網路上推出的創意隱藏吃法，掀起話題，從加入起司變身超濃郁起司牛肉麵，到擠上檸檬汁搖身一變泰式冬蔭功風味，讓這款國際認證的泡麵，在口感層次上再度升級。

「味味一品天香川味牛肉麵」湯頭以多種辛香料精心燉煮，麻而不嗆、濃而不膩，搭配 Q 彈麵條與軟嫩大塊牛肉，呈現出獲得國際評審一致讚賞的層次感。近期由網紅創造的多元吃法更讓這款產品展現驚喜，例如加入「泡麵起司」後，濃郁奶香與麻辣湯底完美融合，成為起司控必試的超罪惡美食；夏日則推薦擠入檸檬汁，酸辣交織的湯頭宛如泰式冬蔭功，清爽開胃，特別適合炎熱季節享用。

此外，也能依個人口味加入牛奶，瞬間變身「麻辣牛奶鍋」；或搭配蘆瓜、餅乾碎片等配料，創造屬於自己的特色吃法。透過不同的吃法，使味味一品不只好吃，更充滿趣味性。🍜



# 百事可樂全新「無糖生可樂」強勢登場 極致氣泡爽感席捲全台

行銷部飲料代理處 / 陳怡君

百事無糖生可樂於今年 6 月 25 日正式登台上市，一推出便掀起熱潮，迅速成為今年夏天最受矚目的碳酸新星。產品以零糖、零卡的輕盈配方，結合極致強勁的氣泡口感，為消費者帶來前所未有的暢快體驗。



「生」可樂自日本首度上市便掀起話題，隨後於中國大陸、香港等地推出時同樣創下亮眼銷售佳績。今年正式引進台灣，以獨特的配方與製程，完整保留可樂的原始香氣。不僅開瓶瞬間即可感受到強勁氣泡的衝擊，入口更帶來綿密細緻的口感，完美展現「生爽」快感。上市後迅速在社群平台引爆高聲量討論，並掀起一波波搶購熱潮。此外，「生」可樂更入圍食力評選的 2025 食創獎「年度美味新品獎」，再次印證其市場與專業的雙重肯定。

配合新品上市，百事無糖生可樂也透過各種試飲派樣，以推廣並觸及更多消費者，像是麗寶樂園、中華職棒明星賽活動等，透過試飲體驗活動，成功展現品牌年輕活力，並以「零負擔卻爽感十足」的獨特魅力，打開更多樣消費族群，成功累積百事品牌聲量。



百事無糖生可樂因應現代健康趨勢打造，兼顧刺激風味口感的享受與無熱量零負擔訴求，不論是獨自享受沁涼時刻，或與好友舉杯共飲，都是不可錯過的最佳選擇。 

當責不推諉，成功不遙遠。

## 幸福，不一定來自山珍海味，而是來自一口香鬆拌飯的溫柔

新事業發展行銷二處 / 黃美順

幸好，忙碌了一整天後，夜晚總願意給我們一點溫柔。燈光映照著餐桌，開一罐簡單卻動人的美味靈魂伴侶就是隨緣香鬆，不論是一碗熱騰騰的白飯或是清香的稀飯，遇上了粒粒分明、色香味俱全的香鬆，就能一

瞬間放鬆整天的壓力。以「真材實料」為核心理念，將大自然的風味完整封存，讓每一口都能吃得美味又開心。

這次讓你一次擁有兩款：「海苔堅果香鬆」含有天然食材芝麻、腰果、南瓜子，入口時，芝麻的堅果香與海苔的海洋鮮味交織出多層次的風味，搭配恰到好處的鹹香比例，讓米飯、麵條、甚至沙拉，都能輕鬆升級成令人回味的美味料理。「猴頭菇香鬆」選用新鮮猴頭菇，經高溫慢火焙炒，保留食材的纖維與香氣，許多老饕心中的經典升級版，鹹香與暖意交融，又添了一層家的溫度。

香鬆包裝便利，無論是放在家中餐桌、帶到辦公室，或是旅行露營隨身備用，都能隨時為餐點添香加味。開封即可使用，無須烹調，快速方便，滿足現代忙碌生活中對美味與營養的雙重需求。

隨緣相信，美味的背後，不只是佐料，更是生活裡的一抹幸福香氣。幸好，有隨緣香鬆，讓每一餐都能成為日常裡最美好相隨。 (味丹)



# 福到心頭，香氣撲鼻，一碗好湯就是家的味道

新事業發展行銷二處 / 黃美順

**福**到人間的滋味，往往藏在一鍋細火慢熬的高湯之中。湯底，是料理的靈魂，更是成就一桌佳餚的關鍵。隨緣全新推出的「鮮高湯」系列，為追求專業品質與料理效率的家庭與餐飲人士打造，延續隨緣經典泡麵口味，讓你輕鬆在家復刻餐廳級美味。

「鮮蔬昆布鮮高湯」：精選紅蘿蔔及多種新鮮蔬菜與昆布熬煮出鮮甜高湯，清爽順口更有效加成食材的美味，口口唇齒回甘。「素肉骨茶鮮高湯」：高度還原新加坡肉骨茶風味，新鮮胡椒搭選用白胡椒、八角、當歸、甘草等多種香料中藥材結合，養生進補香氣四溢保留了原汁原味的鮮甜與層次。

不論是想做蒸蛋、高湯拉麵、燉菜、燴飯、火鍋湯底、中式羹湯，是日常家常菜或是日式精進料理，皆可安心入菜，輕鬆煮出媲美廚師級別湯品，讓料理不再只是填飽肚子，而是成為生活中的儀式感。

隨緣兩款鮮高湯榮獲潔淨標章認證，國內少數「潔淨標章」驗證的鮮高湯，以「添加物減少、維持風味」的概念，讓消費者吃得美味，

更吃得安心。

隨緣鮮高湯不只是調味，更是一種生活態度。在快節奏的日常中，為自己煮一好湯，是對身心最溫柔的照顧，相識即是**有緣**。



主動積極、多做、多看、多聽、多問，是當責基本態度。

## 2025 戰酒黑金龍 3.6L 金箔酒 最新力作 - 琥珀蟠龍 震撼登場

酒品行銷一處 / 李振然

**戰**酒黑金龍金箔酒每年的新品已成為酒界引領期待的年度盛事。今年，金門酒廠與味丹企業再度攜手，隆重發表「戰酒黑金龍 3.6L 金箔酒 - 琥珀蟠龍」。瓶身由國寶級老師傅手工燒製巨無霸立體蟠龍，瓶身龍體再以手工精心描繪琥珀色澤，更顯氣勢不凡。靈動生輝的巨龍，搭配瓶中金箔閃耀流轉，盡顯尊貴霸氣，更添收藏價值。



### 老師傅 50 年手藝 淬鍊 3.6 公升蟠龍巨無霸酒瓶

容量達 3.6 公升的蟠龍酒瓶，全由平均年齡超過 70 歲，且已投身玻璃製造逾 50 年的老師傅們手工吹製。烈焰般的窯爐溫度高達攝氏 1200 度，師傅們必須承受 50 度以上的高溫，反覆翻轉超過 3 公斤的玻璃膏，才能打造出完整的巨瓶。極度挑戰體力，且一有瑕疵都必須丟掉重來，因此每位老師傅每天僅能完成不到十支。這份極致堅持，成就戰酒黑金龍金箔酒的稀有珍貴。

### 匠心彩繪琥珀蟠龍栩栩如生 猶如藝術品

嚴謹打造完成的酒瓶，再由經驗超過三十年的工藝師傅純手工繪製，層層上色後高溫燒製，盤旋巨龍的威儀姿態鮮活展現。琥珀色漸層在光影間流轉生輝，龍麟折射出耀眼光芒。瓶身點綴晶瑩剔透的瑞獸琉璃，如寶石般折射出細膩華彩，既是護佑的祥瑞，更象徵尊榮與權威，將整體質感推升至收藏級的奢華境界。搭配霸氣鎮場的獸首造型瓶蓋，與專為此款酒體打造的獨家訂製燈座，專屬配件不僅凸顯出非凡氣勢，更讓整體陳列如同一件鎮場藝術雕塑，盡顯不凡品味。

禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒

## 堅持業界最高標準 台灣唯一 9999 汽化式食用級純金箔

在原料選擇上始終堅持最高標準，堅持要能完整溯源，所以只挑選源自台灣銀行、經第三方檢測純度達 99.99% 的金塊，在無人、無菌的環境中，經真空、汽化製作為奈米般大小，還要經過中國醫藥大學高規格實驗室長年毒物與動物試驗，確保對人體無任何風險才敢入酒，全面為消費者的食用安全把關。這與傳統人工捶打或進口可能摻雜銀、銅等重金屬等來路不明的金箔截然不同，是藏家鑑賞的最高標準，也是戰酒黑金龍金箔酒深受喜愛與信賴的重要原因。

內裝的酒體是承襲黑金剛王室血統的戰酒黑金龍，以「甘、冽、醇、順」口感，征服國際評審挑剔的味蕾，連續三年榮獲舊金山世界烈酒競賽金牌。自然散發水梨與清新花香，入口後梅子、奶油與辛香料層層交織，尾韻悠長柔順，一喝就傾心。

### 每瓶均有專屬編號、獨一無二

每瓶均有專屬編號，以限量發行更顯珍貴，非常值得立即入手。自 9 月 15 日起，陸續在全家便利商店與全台菸酒專賣店開始預購。

品酒網唐天偉創辦人分享，他看到商業周刊某期報導，有上市科技公司董事長公開展示 3.6L 金箔酒的完整收藏時深受震撼，直言就算花更多，只要能入手並收齊，也絕對值得。



### 【戰酒黑金龍金箔酒 3.6L- 乙巳蛇】

- 內容物：戰酒黑金龍金箔酒 3.6L- 乙巳蛇乙瓶、鎮場獸首乙個、倒酒器乙個、專屬 LED 香檳金燈座乙個
- 酒精度：46 度
- 建議售價：10,800 元 / 盒
- 購買通路：( 實際辦法與價格依通路為準 )
  - 全家便利商店，客服專線 0800-071999
  - 各大菸酒專賣店
- 商品諮詢專線：0809-091709 

禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒

## TQF 安心認證加持 味丹生技從健康原料到食品應用全面展現

味丹生技 / 陳宇紋

食品產業年度盛事— 2025 台北國際食品展於 6 月 25 日至 6 月 28 日於南港展覽館盛大舉行。味丹生技今年受到 TQF 台灣優良食品發展協會的邀請共同參展，展出多項榮獲 TQF 優良食品標章的產品與健康素材的應用成果，同步攜手味丹集團代理的東海大學牧場鮮乳系列產品打造主題展區，展現事業多元布局。



味丹團隊與參訪貴賓合影，中興大學顏國欽講座教授（左二）。

展區中重點展示經 TQF 驗證的天然綠藻錠、天然螺旋藻錠、綠藻 + 乳酸菌錠，以及代表性健康素材：綠藻粉、Chlorich® 綠藻精、 $\gamma$ -PGA 納豆膠、DHA 藻等，並呈現其食品的應用實例。現場更配合 TQF 舉辦

試吃活動，推廣添加天然綠藻營養的小綠綠藻蔥餅，讓參觀者直接體驗風味與營養兼具的特色食品，吸引不少廠商與民眾駐足響應。

藉由此次參展，味丹生技展現產品研發的專業實力，與廠商及民眾的面對面交流獲得即時市場回饋，進一步提升品牌形象與信任感。天然健康素材的食品應用，除了增添食品風味之外，更能補充日常所需營養，符合現代人追求健康飲食的趨勢。未來味丹生技將持續參與國內外大型展會，提升品牌的國際能見度，推廣優良食品與健康素材的多元應用。



展示 TQF 標章產品及生技素材，並與參觀民眾交流解說。



## 密碼安全

\*\*\*\*\*

- 密碼太簡單，盜用好簡單。
- 密碼換新、程式更新、下載要當心。
- 離座電腦要鎖定，資料好放心。
- 密碼設定須大小寫、數字特殊符號穿插。
- 啟用手机二次驗證，資料有保障。



## 網路行為

- 網路無國界，個資須警戒。
- 網路飆網停、看、聽，隱私保護有信心。
- 來路不明之電子郵件別亂開，網址別亂點。
- 慎防網路釣魚，不隨意點擊不明連結。
- 社交工程無警覺，勒索軟體緊跟隨。



## 個資保護

- 資料恆久遠，一漏永流傳。
- 個資安全多 follow，網路資料少 download。
- 輸入資安，輸出平安。
- 平時不練資安功，駭客入侵一場空。
- 個資保密是責任，資訊安全永安心。



## 全員資安

- 全員資安，預防勝於治療。
- 保密防駭，人人有責。
- 資安不分 day and night，病毒駭客 say goodbye。
- 勿輕易、過度暴露個人資訊於網路上。
- 多一分保密警覺，少一分洩密風險。
- 隨時養成保守機密習慣，時刻提防他人打探消息。