

## 三年營收破億 從零到一億的探索·學習·成長之路

新事業發展行銷二處 / 姚映臣

2025年對食品新事業發展行銷處而言，不只是一個年份，而是一個重要里程碑。因為，我們在沒有地圖的荒原中，徒手劈開了一條路並實現突破1億營收目標。這不是偶然，而是一次次挑戰與重來所累積的成果，是把「不可能」逐步變成現實的過程，用無數次的失敗與重來，鑄造出這枚破億的勳章。



每年面對高成長目標額與損益的壓力，我們同時挑戰非速食麵品類與跨層開發，在高度仰賴委外代工、冷凍倉儲與運輸的條件下，仍選擇持續向前。從常溫、冷凍再到鮮食，我們讓「味丹」、「隨緣」、「排骨雞」等經典靈魂，走入更多元的飲食場景。隨緣水餃攻佔了全家人的餐桌、味味A排骨雞雞胸肉 & 冷凍蘿蔔糕在通路引爆話題、隨緣素佛跳牆勇闖美式賣場好市多熱賣，以及更多的新品，證明了這條是對的道路！

但這不只是商品的開發，這是一場企業基因的進化。我們逐步建立冷鏈和鮮食操作經驗，強化跨部門協作，讓公司從「會做」走向「能做大事」。這份成果來自研發、品保、運務、倉儲、業務、生產與代工夥伴的投入，行銷則將團隊努力轉化為市場影響力。

站在破億里程碑回望，最珍貴的不仅是數字，而是跨部門累積的默契與韌性。展望未來，我們將持續以消費者為核心，挑戰更多可能。期待未來與大家並肩前行，創造更多亮眼成績。

味丹





## 產品再進化! 味味 A PLUS 系列 創意實力榮獲得獎肯定

速食食品行銷二處 / 余宜靜

**味**味 A PLUS 大碗麵系列以清楚有感的產品升級策略，結合直觀且精準的創意表現，在競爭激烈的泡麵市場中成功建立差異。相關廣告作品於 2025 年獲得台灣與華文廣告圈具指標性的專業獎項肯定，展現品牌在產品與行銷整合上的成熟實力。

本次作品入圍【4A 創意獎】「最佳影片」、「最佳短秒數影片」與「最佳影片系列」三大獎項，並榮獲「最佳短秒數影片銅獎」；同時再奪下【龍璽廣告獎】影視廣播大獎—食品飲料類銅獎，具體呈現品牌在產品策略與創意溝通上的整合成果。

【4A 創意獎】重視策略邏輯與市場成效，【龍璽廣告獎】則為華文廣告界重要指標，其中食品飲料類競爭尤為激烈。能同時獲得兩項專業獎項肯定，象徵作品在高度同質化市場中仍具備清楚且具辨識度的創意表現。

味味 A PLUS 系列的成功關鍵，在於先將產品升級做到位，再以創意放大差異。利用消費者最有感的湯頭與配料作為升級核心，並透過「A + B 會變強」的直觀升級公式，將產品價值轉化為一看就懂的溝通語言。黑蒜豚骨湯麵主打「湯好」，以黑蒜強化湯頭的濃郁感；紅燒牛肉湯麵則以「料多」為訴求，透過視覺化的份量呈現，讓升級價值一眼可見。

不用等了，趕快來享用味味 A PLUS 的美味，讓我們一同感受這升級體驗的美好。 (味味 A PLUS)



# 多喝水鹼性竹炭水推出白沙屯媽祖 X 好想兔 限定聯名包裝

文 / 水補給行銷處

「多喝水鹼性竹炭水」透過與話題 IP 合作推出限定包裝，持續創造社群討論度與關注焦點，每年在社群與通路掀起熱烈迴響。2026 年特別



攜手擁有廣大信眾與文化影響力的白沙屯媽祖推出聯名企劃，並邀請 LINE 原創貼圖連續 7 年銷售冠軍，以療癒與幽默風格深受喜愛的「好想兔」作者親自操刀設計 4 款全新瓶標，帶動話題與搶購熱潮。此次設計以「多喝水鹼性竹炭水是繞境時補充水分的好夥伴」為核心概念，融合白沙屯媽祖文化意象與好想兔可愛的創作特色，將傳統信仰轉化為貼近日常生活，讓產品不只是補水，更成為陪伴消費者的重要象徵。

「多喝水鹼性竹炭水」長期以來持續與具高討論度與高人氣的 IP 合作，推出兼具創意與收藏價值的主題包裝，4 款聯名瓶標分別以不同主題進行設計，透過繽紛的色彩與療癒畫風呈現「媽祖隨行、竹平安」的正向能量，提升包裝的收藏與多喝水鹼性竹炭水的品牌價值。透過台灣傳統文化結合熱門 IP 創作的創新方式，成功打造兼具情感連結與話題性的年度聯名商品，預期將在市場與社群持續引發高度關注與討論。

多喝水鹼性竹炭水採用竹炭過濾製程，完整保留天然礦物質，水質軟硬度適中、口感純淨甘甜，長期深受消費者肯定，並榮獲 ITI 國際風味評鑑最高榮譽「風味絕佳賞三星」。

即日起~2026/6/30 日止，全台各大通路購買多喝水鹼性竹炭水任 2 件，並登錄發票，即有機會抽中白沙屯媽祖聯名金塊及白沙屯媽祖限量周邊好禮，透過本次活動，期望讓更多消費者在日常補水之餘，也能感受來自媽祖的守護與祝福，將平安與好運帶進生活每一刻，創造更具參與感與情感連結的品牌體驗。

## 《爆款香菜，一口餃住你》- 隨緣香菜植物肉水餃，顛覆蔬食的想像

新事業發展行銷二處 / 黃美順

有些味道，天生就自帶話題。香菜，正是那種一入口就能引發討論的存在，有人一口愛上，有人敬而遠之，但正因為它夠鮮明、夠有個性，才讓人忍不住想挑戰。隨緣看準這股風味張力，將「香菜」轉化為創意靈感，再次用蔬食顛覆市場想像，推出全新力作「隨緣香菜植物肉水餃」。

不只靠話題吸睛的水餃，內餡採用新鮮香菜及獨家研製植物肉為基底的厚實口感，入口瞬間爆出香氣，層次分明、回味有感，帶來超乎期待的舌尖上體驗，每一口都讓人忍不住想再夾下一顆。

更令人眼睛一亮的是這顆水餃從內到外都藏著巧思。餃皮特別添加【味丹生技】的天然綠藻，呈現淡雅自然的綠色色澤，不僅為餐桌增添視覺亮點，也象徵隨緣對食材創新與品質堅持的延伸。蔬食，不再只是「少了什麼」，而是讓人多了一份期待感。

在快節奏的日常裡，渴望「即食便利」與「美味選擇」的完美平衡。冷凍保存、簡單加熱即可上桌，不論是忙碌後的一餐或宵夜時光想快速完成卻不妥協風味的選擇，都能輕鬆上場。

隨緣以香菜為號召，將風味、創意與便利集於一身，下一次打開冷凍庫，你會發現！驚喜，其實早就準備好了！



# 《廚房裡的魔法捷徑》— 五道匠心工序，輕鬆多元料理

新事業發展行銷二處 / 黃美順

你問現在的媽媽，最常出現的一句話是什麼？  
大概不是「今天煮什麼」，而是…「怎麼又要煮？」

忙了一天，回到家立刻切換成主廚、管家與心情調節師。廚房裡的每一道菜，不只是吃飽而已，更是「快一點、好一點、全家都喜歡」如同考驗效率的戰場。「與其費力，不如選對幫手！」

隨緣推出的中式炒醬系列，全素、無酒精，安心又好發揮。

「爆香三杯醬」薑與麻油特製完美比例，一入鍋，像替整道菜先鋪好舞台，不管是爆炒猴頭菇、杏鮑菇、拌時蔬，或搭配豆腐，只要一包，味道立即到味，「三杯免三樣，一醬就夠。」

「黑胡椒鐵板醬」以植物性烤酥油為基底，細調出仿奶油的柔滑與厚實感，入口滑順卻不膩，搭配辛香濃郁黑胡椒，香氣沉穩有力，熱鍋一炒，就有鐵板上桌



的錯覺。不論煎烤植物肉（或牛排）搭配紅蘿蔔絲、花椰菜、麵條，甚至是冰箱裡剩餘食材，都能瞬間升級成「主廚私房菜」。

廚房是快速提升活力的補給站與全家共享溫馨時光的空間。隨緣中式炒醬懂這件事，所以把複雜留在研發生產，把簡單交給你。

此兩款炒醬，藏著隨緣的「五道匠心工序」：

1. 擇 - 嚴選食材；
2. 焯 - 慢火煉香；
3. 蘊 - 收汁濃郁；
4. 準 - 完美比例；
5. 鎖 - 封存香氣。

簡單下鍋、拌炒，香氣自然到位，輕鬆變化出多元料理，讓生活從容餘裕。

## 味味一品年度新主張廣告片上線！ 以四個顏色 × 四款口味，詮釋味味一品是 牛肉麵的最佳選擇

行銷部速食食品一處 / 王羚蓁

味味一品推出年度品牌新主張廣告片【味味一品牛肉麵最佳選擇四問篇】。本次透過「四色識別 × 四款產品」的創意架構，建立直覺且具記憶點的品牌連結，強化消費者對味味一品牛肉麵產品線完整性的理解，並傳達品牌於市場中多元口味且具深度的產品布局。

廣告溝通核心聚焦於【味味一品】四款牛肉麵產品，除展現各具特色的湯頭風味外，亦強調牛肉部位差異化，透過色彩作為辨識符號，讓消費者快速連結產品印象。【黃】皇朝牛筋麵主打牛肉與牛筋 6：4 黃金比例，兼具彈嫩與嚼勁，帶來高度滿足的食用體驗；【綠】天香川味牛肉麵融合多重辛香料層次，呈現香氣豐富且風味鮮明的湯頭特色，拓展牛肉麵風味想像；【紅】極品紅燒牛肉麵以經典紅燒味型為基礎，結合黃金比例紅燒 6 寶，呈現鹹中帶辣、辣中帶鮮的完美湯頭；【棕】原汁珍味牛肉麵則訴求細火精燉湯頭與大塊滷牛肉配置，強調麵好、湯濃、肉大塊的經典價值。同時，全系列牛肉麵產品皆榮獲 ITI 國際風味絕佳獎章認證，展現品牌持續投入品質與風味表現的成果。

味味一品期望消費者能快速記住味味一品有四款不同顏色、不同風味的牛肉麵，進一步強化品牌記憶與選購指引。並鞏固味味一品【黃】【綠】【紅】【棕】攏好吃ㄟ牛肉麵最佳選擇的品牌形象。味味



圖片來源：【味味一品牛肉麵最佳選擇 四問篇】影音畫面截圖

# 經典肉燥翻玩，味味麵香菜宇宙大爆發

行銷部速食食品一處 / 楊芝涵

香菜宇宙無極限，準備好被香菜爆擊了嗎？味味麵驚喜一波接一波，繼引爆話題的青蔥自由肉燥湯麵後，緊接著推出另一波綠色系新品——「味味麵香菜自由肉燥湯麵」，以更濃、更爽，且超上癮的香菜魅力，於 2026 年 1 月在「全聯福利中心」以及「大全聯」正式登場啦！

最熟悉的味味麵香菇肉燥上大方撒滿香菜，濃郁清香成了經典滋味中的點睛之筆，湯頭爽口卻富有層次，令人眼前一亮；視覺上香菜份量驚喜感十足，沖泡後的湯面更是被滿滿香菜佔據，每一口都嚼得到香菜，香氣毫不保留地直衝味蕾。不論是下班後懶得出門，或是深夜追劇嘴饞，還是天冷想來點熱呼呼的食物，都很適合享受這一碗香菜自由肉燥湯麵，即使簡單也能充滿趣味感！

2026 年味味麵將步入 52 歲，但創意的步伐仍不停歇，持續的創造吸睛度十足的泡麵口味，並合作 KOL 拍攝特色吃法，如：香菜自由 + 皮蛋多力多滋、香菜自由 + 米荖等……，透過奇思妙想的創意搭配與開箱，引起消費者的好奇與嚐試，讓商品話題更具趣味性與參與感。



未來，味味麵將持續以經典香菇肉燥為基底，延伸更多大膽創新的風味組合，讓每一次新品推出都能成為市場焦點。今年味味麵除了帶來滿滿的香菜宇宙，還有更多驚喜持續擴張中，敬請期待。味味麵

## 味味麵把經典變可愛，帶進每一天的日常

行銷部速食食品一處 / 楊芝涵

**誰**說泡麵只能出現在餐桌上？最近，味味麵悄悄地把經典紅黃配色搬進廚房日常，讓熟悉的味味麵圖像變身成可愛又實用的生活小物！

除了在產品口味上不斷玩出新花樣，味味麵近年也持續思考：如何讓品牌不再只是餐桌上的美味，在日常中也能自然地融入消費者的生活場景，因此，味味麵近期在各大實體通路陸續推出多波買贈活動，從設計款隔熱墊、隔熱手套生活實用好物出發，讓陪伴具象化。贈品視覺呈現皆以「Q 版插圖設計」重新詮釋經典包裝，讓熟悉的紅黃配色與招牌袋麵圖像轉化為可愛、討喜的生活小物，既有辨識度，同時也讓品牌多了一份溫暖與趣味，當消費者在廚房端鍋、備餐，甚至只是煮一碗宵夜時，這些周邊小物都能自然地成為生活中的一部分，也讓品牌以更親切的姿態融入日常。

買贈活動相較於一次性的促銷折扣，具實用性的贈品更能長時間地被保留與使用，讓消費者每一次拿起隔熱手套、每一次墊上隔熱墊，都是一次次無聲卻真實的品牌接觸，味味麵用更可愛的設計語言，不斷拉近與消費者的距離。最經典的香菇肉燥香，帶來的是一種熟悉感

與安心感，而這份熟悉與安心，味味麵將透過更多用心的小巧思，讓品牌走進更多生活中的小角落，在每一個平凡卻真實的日常時刻，靜靜地陪伴消費者左右。



# 跟上全台棒球熱潮了嗎？跟著雙響泡一起 TEAM TAIWAN 熱血應援！ --- 雙響開泡，挺台灣 ---

行銷部速食食品一處 / 褚翊雯

隨著 WBC 經典賽熱血開打，全台再度掀起棒球狂潮。社群話題滿滿都是球迷們為中華隊應援。雙響泡也參與了這波棒球熱潮，以「雙響開泡，挺台灣」為主題，邀請全民一起開泡助威。


本次「雙響開泡，挺台灣！」發票登錄抽獎活動，活動時間從 WBC 開賽前到 3 月底，凡購買雙響泡並完成發票登錄，即有機會抽中多項超狂好禮，包括旅遊金 2 萬元、Team Taiwan 長袖帽 T 2.0，以及 LINE POINTS 100 點等豐富獎項，吸引眾多消費者參與，讓消費者在



為賽事吶喊之餘，也能把好禮帶回家，為應援時刻再添一份期待！

各大通路也同步推

出限時促銷優惠與限量贈品活動：7-11 與全家並分別推出吸睛的棒球造型與本壘板造型娃包；全聯推出買 2 碗雙響泡即贈球場或棒球造型木漿海綿，活動一曝光，讓許多消費者直呼好可愛！想要趕快入手。眾多通路皆有雙響泡相關活動，讓消費者無論在哪裡入手，都能買雙響泡為賽事加油。

雙響泡以行動加入這場全民運動盛事，將一碗熱騰騰的泡麵，化為幫中華隊加油的最佳補給，也化為支持中華隊的溫暖力量。當打出全壘打、全場沸騰的那一刻，就一起雙響開泡，挺台灣！

## 與女神同行！白沙屯媽祖聯名款驚艷亮相 這不僅是酒，更是平安與福氣

酒品行銷一處 / 蔡叔芳

2026年白沙屯媽祖前往北港進香活動將於3月11日開始報名，並於4月13日啟程，徒步近400公里往返雲林北港朝天宮。金門酒廠、味丹企業今年再攜手白沙屯媽祖推出4款紀念酒，向媽祖的溫暖慈悲及勇腳們無所懼的精神致敬。



### 特窖陳高「平安是福」限量上市 附贈馬年專屬錢母

外觀採用經典「勇腳黃」為主色調，以細緻燙金工藝勾勒Q版媽祖，並生動重現信眾跟隨頭旗與香擔虔誠進香的畫面，傳遞平安與福氣永駐之意。隨瓶再附上「限量白沙屯媽祖平安錢母2入組」，寓意馬年安泰、賜福萬家。

酒體則嚴選金門酒廠傳奇「老金城廠」出廠的珍稀佳釀，於恆溫恆濕的花崗岩坑道中，歷經陶甕熟陳逾一千個晝夜。其酒體厚實、層次分明，濃郁的醬陳香與清雅花果香於口中完美交疊，入喉餘韻綿長。這份千日熟陳的醇厚回甘宛如媽祖溫暖的恩澤，也向信眾們勇往直前、堅定不移的信仰精神致敬。



心存富貴，身在哪里，都能成長。

禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒

## 特窖陳高白沙屯媽祖紀念酒 橘色神衣溫暖慈悲、護佑眾生

堅毅不拔的「勇」字輩不僅是媽祖的隨行護衛，更是整趟進香活動的開路先鋒，要扛起這神聖使命不僅要有虔誠的勇氣，還要有過人的體力與耐力，每每撐不下去的時候，只要想著白沙屯媽祖溫暖、護佑眾生的慈悲心，就能繼續勇往直前。味丹企業特別以勇字輩的專屬神衣為造型，再以象徵活力、親和與熱心的暖橘色為底，搭配 Q 版媽祖神像，傳達勇腳們追隨媽祖的蓬勃朝氣。


## 經典黃色勇帽 象徵勇字輩勇往直前的熱血精神

身著黃色衣衫、頭戴亮眼黃帽，扛著粉紅超跑向前衝的勇者們是白沙屯媽祖欽點的勇字輩，他們步伐堅定地護衛媽祖，儘管汗水不停的流，眼神跟腳步仍堅忍不拔，誰也無法阻擋他們完成這神聖使命。特窖陳高將「勇帽」這榮譽象徵化作造型酒瓶，也藉由正面大大的「勇」字鼓勵、傳遞「勇往直前」的熱血精神。

勇帽款與橘色神衣款一樣嚴選「金門酒廠 - 老金城廠坑道窖藏、甕裝 3 年」的特窖陳高，以豐厚、醇順又有勁道的酒體展現對勇腳們的最高敬意。

## 以國際烈酒競賽金牌三連霸的戰酒黑金龍敬勇腳的堅忍不拔

粉絲好評不斷、熱烈敲碗的勇腳紀念酒玻璃瓶裝版，仍然以勇字輩的榮譽衣衫黃色為主色，並將 Q 版白沙屯媽祖烙印於瓶身，搭配國際烈酒競賽金牌三連霸的戰酒黑金龍，敬所有即將跟著媽祖啟程、徒步往返 400 公里的熱血勇腳們。

7-ELEVEN 通路販售的版本還附「限量神衣鑰匙圈」，方便又能隨身攜帶，彷彿白沙屯媽祖時刻庇佑萬事順利、平安！



禁止酒駕  未滿十八歲禁止飲酒

## 輕鬆快煮 即享名店級湯麵美味～ 味丹濃湯麵新上市


新事業發展行銷一處 / 張芸卉

在家端上一碗省時又好吃的料理，已成為現代人的生活日常。對忙碌的上班族與家庭而言，能兼顧美味與效率的餐點，才是真正貼心的選擇。味丹濃湯麵正是因應這樣的需求誕生，以「湯濃麵Q」為核心特色，濃郁有層次的湯頭搭配彈牙麵條，輕鬆成就一桌快速上菜的完美解方。



味丹濃湯麵目前推出兩款經典口味：日式豚骨烏龍麵與蒜香雞白湯拉麵。烏龍麵條厚實Q彈，帶有順滑口感，湯頭以濃郁豚骨風味為基底，佐以小魚乾、蛤蜊增添獨特鮮香；蒜香雞白湯拉麵將雞湯美味精華與蛤蜊、大蒜融合，細滑拉麵能完整吸附湯汁，每一口都帶來豐富鮮味。兩款口味各自展現獨特個性，共同點是都能重現名店級的高檔湯頭與麵條口感。許多消費者分享，不僅孩子們會把湯喝到一滴不剩，還能隨手加入蔬菜、肉片或海鮮，輕鬆升級成一鍋豐盛料理。這種結合快煮與豐盛的特質，特別受到家庭主婦的喜愛，讓它在推出後迅速成為市面上高討論的商品！

除了美味，快速上桌的特點也深受青睞。主打冷凍即煮的便利性，只要煮一分鐘，麵條就能散開，不論是烏龍麵還是拉麵，口感都Q彈而不軟爛。對於忙碌的上班族或是需要快速料理的家庭主婦來說，味丹濃湯麵都成了日常裡的貼心幫手。現在各通路都可以輕鬆購入味丹濃湯麵，方便性又更上一層樓。

總結來說，味丹濃湯麵是一種能兼顧便利、美味與豐盛感的暖心選擇。它不僅填飽胃，更撫慰心靈。無論是下班後的即時晚餐，還是家人圍坐共享的一餐，味丹濃湯麵都能化身餐桌上的可靠夥伴，讓日常多一份安心與滿足。 

# 味丹生技攜手農科院 亮相 2025 日本 保健食品原料展 (Hi Japan)

味丹生技 / 沈虹吟

為 拓展國際市場並提升臺灣  
保健食品原料於海外的專  
業能見度，味丹生技於 2025 年  
攜手農業部農業科技研究院，共  
同參與「日本保健食品原料展覽  
會 (Health Ingredients Japan, Hi  
Japan)」，於「臺灣館」中展出多項具市場潛力的機能性原料，向日  
本及國際業界展現臺灣農業科技與生技產業的研發實力。



農業部農業科技研究院率領臺灣業者共同設置「臺灣館」，味丹生技團隊與參展夥伴合影。

Hi Japan 為亞洲指標性的保健與機能性食品原料專業展會，長期吸引全球原料供應商、食品製造商與品牌端決策者與開發人員參與，是進軍日本市場的重要交流平台。本次策展以「銀髮友善」為主軸，聚焦高齡化社會需求之機能素材，呈現臺灣農產素材於加工應用與機能加值上的多元成果。

展會中，味丹生技以「臺灣本土培育綠藻」為核心亮點，完整展示從育種管理、製程技術到原料應用的開發實力，並展出綠藻、綠藻



味丹生技於展位中展示綠藻及綠藻萃取相關原料，透過實體展示呈現原料型態與應用。

萃取物及納豆激酶等重點原料。展位以日文溝通為主、英文輔助，並透過透明展示瓶形式，讓來訪專業人士近距離觀察原料型態，深化互動與理解。

依據展後統計，來訪展位的訪客以日本業者為主，涵蓋製造商、貿易商及品牌端研發與決策人員。透過與農科院共同參展的整體形象與資源整合，不僅提升專業信任度，也為後續技術交流與合作奠定良好基礎。

## 味丹生技受邀參與台中榮總健康嘉年華， 與民眾展開健康交流

味丹生技 / 陳宇奴、陳姍杉

走進市民日常，互動傳遞健康理念

2025年9月21日，一個艷陽  
假日午後，味丹生技受邀參與  
「2025 台中榮總健康嘉年華」，於  
台中市草悟道設立互動遊戲攤位，  
與民眾近距離交流，推廣健康保健

觀念。本次活動由台中榮總主辦，於現場規劃 35 個健康主題攤位，  
透過闖關互動體驗，打造兼具知識性與趣味性的健康嘉年華。主題涵



味丹生技「健康藻對策」攤位透過  
趣味闖關設計，讓民眾在遊戲中認  
識健康保健知識。

蓋兒童發展檢測、肌少症與骨密度檢測、癌  
症篩檢等多元健康關卡，讓民眾在輕鬆參與  
中將豐富的健康知識帶回日常生活，也能親  
身感受到醫療團隊守護市民健康的用心，攜  
手創造溫馨、友善的健康城市環境。

### 健康藻對策上線，遊戲中學習保健知識

活動當天，味丹生技以「健康藻對策」  
為主題設攤，主打「綠藻知識配對」的趣味  
小遊戲，結合快手快答的挑戰形式，讓參與  
者在短時間內完成任務，闖關成功者可獲得

大會闖關章，也能領取由味丹生技準備的健康好禮，在遊戲中從小朋  
友到長輩都能輕鬆理解綠藻營養與日常保健的關鍵。

### 設計多元參與機制，回饋現場與會民眾

為提升參與度並回饋不同族群，攤位規劃三大參與機制。民眾出  
示加入味丹生技官方 LINE 好友畫面即可兌換好友見面禮；遊戲闖關成



味丹生技團隊與台中榮總志工於活動現場合影，攜手與  
市民展開健康交流。



味丹生技工作人員於現場引導民眾完成贈禮兌換流程。

功者可領取健康專屬好禮，並獲得週年慶感謝小卡，將現場體驗延伸至後續線上互動。此外，也特別為台中榮總醫護人員與志工準備限定感謝禮包，現場出示識別證並加入官方 LINE 即可兌換，傳遞我們對第一線守護健康人員的支持與敬意。

### 線上線下串聯推廣，擴大活動參與成效

在活動開始前一週，味丹生技透過官方社群進行宣傳。9月12日於 Facebook 粉絲專頁發布活動預告貼文，結合標記好友與留言抽獎機制，截至活動當日已經累積了 861 則留言、583 次分享與 912 次按讚。9月15日發布「中榮限定好禮」資訊，也成功帶動醫護與志工關注，活動當天官方 LINE 新增 519 名好友，醫護專屬禮包實際兌換達 327 人，展現線上與線下整合推廣的成果。

### 現場熱絡互動，留下歡樂回憶

味丹生技團隊全程於現場協助民眾闖關、兌換禮品與活動說明，攤位前人潮絡繹不絕，讓週末午後的草悟道充滿熱鬧與歡笑。同時也



假日午後的草悟道人潮絡繹不絕，健康嘉年華集結各種健康主題攤位，吸引民眾駐足參與。

感謝台中榮總志工團隊於現場協助禮品分裝與發送，讓活動更加順暢與圓滿。本次健康嘉年華以貼近日常生活的方式成功傳遞健康知識，也為參與的市民留下溫暖而深刻的體驗。 