

芳茲生技 健康飲品首選

林明璇 導入生產履歷 滴滴溫暖您心

文／洪詩茵 攝影／陳建宏 部分圖片提供／芳茲生技

「喝進身體裡的
每一滴營養都

可以追本溯源！」一手創立芳茲生技的執行長林明璇，走過備孕期的辛苦，站在所有需要補充營養的消費者立場，期許建立保健飲品透明化的市場機制，從產地來源、營養價值全都清晰透明，製作流程用心、嚴謹，並且重視客戶的回饋意見，旗下的滴雞精、黃金蜆、滴魚精、薑黃等產品均有完整生產履歷，兼顧營養美味之餘，讓消費者每一口都能喝得明白安心。



林明璇執行長推薦自家日月養生滴雞精，為滋補養生首選。

波蜜關係企業 導入安心製程

成立於 2013 年的芳茲生技，緣起其創辦人林明璇的一念之間，創業前的她本來在金融業任職，轉到「波蜜」任職後順利懷孕，孕期間為了補充營養，尋找許多適合孕婦、又無添加的健康飲品，這才發現，當時市面上許多滴雞精都沒有明確標示營養價值、原料來源、製造過程等等，「經歷過相同的困境，讓我更能對媽媽們的需求產生共感，希望透過我的品牌幫助她們，讓她們擁有更健康的身體，帶給下一代更好的開始。」

幸運的是，當時的她正好在波蜜任職，一直以來，

波蜜就有協助其他品牌代工製作燕窩、人蔘飲、銀耳飲等健康飲品，擁有研發及生產的資源，也有推出養生品牌的想法，雙方一拍即合，「就如同在波蜜內部創業，成立自己的品牌，我請公司的研發團隊協助打樣、測試，以尋求營養與口感兼備的飲品配方，也開啟了創立芳茲滴雞精的契

機。」

芳茲與國內 50 年的知名果汁飲料大廠「波蜜」是關係企業，所有產品都是委由波蜜生產製造，導入標準 SOP 安心製程及機械化的生產線，遵循國家的規範與認證製造過程，並且持續將產品送 SGS 定期檢驗，提高消費者的安心度。

林明璇進一步說明：「原本經營品牌不是我的專業，但客人的正面回饋、鼓勵與掌聲，使我們能持續前進並研發新的產品。所以，我們高度重視顧客回饋，每筆出貨單上都附有意見回饋卡，並鼓勵客戶填寫、還可以參加抽獎。這種直接的交流，讓我們能深入了解客戶的需求，從而化為新品設計的方向。其實，經營品牌要看的不仅是『靈感』而已，因為靈感可能只是片刻的火花；客人的真實需求、建議，才是我們研發新品的堅固基石。」

BEST 推薦



日月養生滴雞精

芳茲招牌產品，具備沒腥味、最安心、不打針、全精華、常溫保存等五大特色，不僅有產銷履歷，全雞滴煉不加水，一隻雞只能滴出 4.2 包，獲得銀髮友善與癌友友善食品驗證等國內外七大品質及風味獎項，是適合全年齡層的營養補給品。



滴魚精

採用營養價值比鱸魚還高的虱目魚，耗費一、二年時間達到無腥味的訴求，牛磺酸含量業界最高，更含有蛋白質、鈣質、膠原蛋白等營養素，加入深海魚軟骨素，適合生病的人與長輩，補充營養、維持行動力。

生產流程透明 每一口都安心

以「顧客導向」為根本，芳茲認真看待每一樣產品的開發生產，距離企業成立 2 年時間，才於 2015 年推出燕窩飲與人蔘飲兩樣產品，而滴雞精更是在 2018 年才真正上市，整整耗費了 5 年的時間研發生產。林明璇細數箇中艱辛：「光是要使用什麼雞種、多少天數養成的雞，我們就來來回回嘗試了一年時間，滴雞精的配方比例也耗費了一年時間實際試滴，才滴出味道最佳的組合，最後選擇 90 天的紅羽土雞，以公雞 8：母雞 2 的比例為最佳配方。」

芳茲滴雞精的珍貴之處在於，選用胺基酸含量高的紅羽土雞為原料，去除內臟，整隻雞去滴煉，過程不加水、不加鹽、色素及其他添加物，確保消費者喝到的是最天然的食材。而且，有別於市面上多用蒸籠提煉，容易摻入水蒸氣，芳茲採用食材與蒸氣不接觸的技術，透過蒸氣不回流的方式，以 4～6 小時恆溫高壓滴煉，達到不加一滴水的濃縮精華，

營養價值提高且沒有腥味。

重視生產流程的芳茲，擁有 11 個 AI 智能製作雞舍，搭配農業 4.0 政策，所有的雞都是圈養在水簾式的自動化設備雞舍，由電腦監控室內溫度、濕度、含氧、恆溫管理，夏天更增加自動調整通風及水簾來降溫，飼料和給水設備全都自動化，每天監控雞隻食用的飼料與喝水量，隨時透過數據監控雞隻的生長狀況，打造友善、乾淨、舒適的人道養殖環境。

芳茲的市場優勢在於敢於公開所有的養殖過程與營養數據，其滴雞精在切入市場之初，是第一個將養殖過程與滴練過程全部公開的品牌。林明璇也強調：「我們堅持所有原料都要有生產履歷，雖然有生產履歷的原料成本價格會貴上 3 成，但我們可以安心去追溯每批紅羽土雞、虱目魚及黃金蜆的生產歷程，包括：何時開始餵養、在哪裡養殖、養了幾天、吃了哪些飼料、以及健康狀況。如果今天產品發生問題，就能夠快速地抓出問題根源。」



牛蒡雪耳飲

針對素食族群研發，嚴選一年一收、產地直送的珍貴牛蒡，加上本土專業栽種的有機雪耳，融合出含有膳食纖維、膠質、多醣體等營養素的全素養生飲品，有助新陳代謝，幫助消化，讓素食者有好的健康選擇。



燕窩勝肽美妍飲

採用日本 3 項專利認證，從頂級金絲燕窩中萃取出小分子燕窩勝肽，更添加微米級珍珠粉、蠶絲蛋白、膠原蛋白等 6 大保養精華，並加入荔枝原汁，讓風味更優雅，像極了貴妃般的尊寵，非常適合忙碌的女性族群，打造好體質、好氣色。

全方位守護民眾健康

重視消費者體驗的芳茲，過去的客戶回饋比較偏向線上溝通，主要走的是銀行通路及網路行銷的路線，未來將致力於 OMO 虛實整合，積極布局線下門市通路及海外實體通路的建置。去年（2023 年），除了成立三個實體店面，更於醫院體系設立 5 個櫃位，透過面對面的溝通，更加深入了解消費者的需求，落實「顧客導向」的經營訴求，創造出更好的產品、更貼心的服務，以期獲得消費者的長期信賴及肯定，讓品牌形象深植人心，建構永續經營的企業未來。

林明璇總結：「在健康飲品市場打下基礎之後，我們也投入開發葉黃素、蔓越莓等與孕婦相關的營養補充品，未來將以全方位守護民眾健康為訴求，致力於開發並提供健康安全且品質優良的保健食品，增進人們的健康，並實踐『守護健康、傳遞快樂與創造美麗』的公司願景。」



芳茲生技創辦人林明璇執行長。