

# 數位時代必修課： 生成式 AI 與精準溝通術

人資處 / 李又任

科技與生活和經濟發展息息相關，30 年前電腦的普及代替了大量的人工作業與紙本記錄、20 年前手機的發明帶來了便利的通訊、付款，以及更多元的生活與交友方式。

2022 年開始，生成式 AI 的時代來臨，每個人都能擁有一個私人秘書，能輔助思考、計算、翻譯、學習甚至繪圖、修圖等等，不僅商業環境被大幅改變，日常生活也可以因此省下許多心力。為因應數位時代的快速變遷，人資處於 2024 舉辦三堂數位時代必修課：

## 04/25 【數位行銷不是你想的這樣做】

課程講師為曾任 BenQ 全球品牌總監，現任創宇數位執行長的溫慕堯顧問。透過討論與分享，引導我們在資訊爆炸的時代，打破傳統數位行銷的框架。行銷不再是給答案，而是透過故事



引導思考與營造情感連結，而一切數位行銷的最終目的是在互動中提升品牌影響力。

## 05/09 【善用 ChatGPT 增加工作生產力】

課程講師為累積將近 3 億網站瀏覽—電腦玩物的站長 Esor，帶領大家了解如何將生成式 AI 應用於日常工作中，從資料彙整到創意




產出，皆能透過 AI 工具達到前所未有的效率提升，為現代工作者提供了實用的數位助手，讓我們能專注在更具創造力的任務上。

### 05/23【高階簡報技巧】

課程講師為著有《精準寫作》、《精準提問》、《精準敘事》三本著作，長年研究人類溝通的洪震宇顧問，分享如何透過三步驟達到精準溝通：

1. 邏輯影響決策、情緒影響專注，100% 的邏輯 × 0% 的專注 = 0 分的結論。要溝通說服別人時，引起注意力與好奇是首要條件。
2. 善用 BBTC 說故事法建立說話架構：描述目前狀況 (Background)、遇到的挑戰 (But)、目前嘗試的做法 (Therefore)、預期達到的目標 (Conclusion)。
3. 三是最方便理解和記憶的數字，盡量將重點濃縮為三點，並以金字塔溝通法，先提出論點再說明原因。

「人才是企業持續發展的基石」是味丹人力資源策略的核心理念，科技高速變革的時代下，人資處將持續致力於蒐集並提供學習資源，協助同仁認識最新科技趨勢如何提升我們的日常與工作品質，讓 AI 成為每一位同仁工作與生活上的私人助手。 



# 「多喝水搖店」北中南限時快閃！ 百萬 YouTuber 們化身為一日店長 邀你一同 體驗喝水的趣味！

包裝水行銷處 / 劉佳芸

**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。

2024 年多喝水以年輕人最流行的手搖文化為出發點，開設專屬於多喝水品牌的「多喝水搖店」，除了所有品項的原料皆只會使用多喝水本身外，其他包含水搖車店面、菜單設計、搖飲料過程等皆忠實還原手搖店概念。期待以認真但又無厘頭的互動體驗設計，能讓年輕人在享受手搖時，同時感受到喝水也可以是一個充滿趣味的事情，藉此培養喝水習慣，提升多喝水品牌好感度。



【圖 1】多喝水華山 1914 文化創意產業園區活動照片 - YouTuber\_阿滴 (@rayduenglish)、欸你這週要幹嘛 (@arielsvlog\_816)、肚子痛 (@doozton)

6 月活動首場於台北華山為期兩天的活動，分別邀請了百萬人氣 YouTuber 「欸你這週要幹嘛」的 Ariel 和肚子痛以及「阿滴英文」的阿滴擔任「水搖店」一日店長，兩人的超人氣不僅吸引了大量粉絲前來參與「400 下多喝水 PK 挑戰」，更在現場掀起了一陣搖水熱潮！

多喝水搖車熱力持續延燒，好評加碼 7 月擴大北中南三區巡迴（新莊棒球場、台中港三井 outlet 及高雄駁二等定點）！民眾熱於分享對活動的喜愛、現場排隊通報、及水杯戰利品的使用分享，其中對水搖品項命名的討論也同預期相當熱絡！活動期間網路討論聲量在年輕



【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

【圖3】threads 網友熱烈討論多喝水搖店話題



人常用社群平台 threads 爆紅開來，threads 更有高達 2000 則討論，同時最高討論更有 200 萬以上的觀看。



【圖4】多喝水搖店限量包裝共有4款設計，有「多多多喝水」、「熟成多喝水」、「四季多喝水」及「芝芝波波多喝水」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！

今年多喝水透過水搖店的開張，搭配限量包裝及一連串的傳播操作進行品牌宣傳，企圖能透過入侵年輕世代人手一杯的「手搖飲」宇宙，提醒人們：「多喝水沒事，沒事多喝水」，並透過實體活動體驗將多喝水搖杯帶回家，從日常生活落實多喝水的過程，再次強化人們對多喝水品牌的偏好，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！



## 2024 年 TCAC 台灣國際廚藝美食挑戰賽

大宗食材事業部 / 林恩如

在全球美食文化日益交融之際，2024 年台灣國際廚藝美食挑戰賽列名為「國際廚師協會」在台灣唯一認證之世界級烹飪賽事，於 9 月 27-30 日在台北世貿一館隆重舉行。本屆賽事由中華美食交流協會與台灣廚藝美食協會聯合主辦，旨在促進國際間的廚藝交流，提升台灣美食的能見度及國際地位。

味丹企業受主辦單位邀請成為大會贊助商，希望共同推動台灣餐飲人才培育及參與國際美食交流。此次挑戰賽不僅是來自世界各地頂尖廚藝人才較量技藝的舞台，更是味丹企業展示產品與品牌形象的絕佳平台。2024 年適逢味丹企業成立 70 週年，大宗食材事業部亦以「味丹七十、永續價值」之主軸，並加入「70 年的鮮味專家」為主題，在大會賽場進行全面露出及宣傳。

本次比賽匯聚了來自新加坡、馬來西亞、韓國、越南、蒙古、香港、澳門、菲律賓、瑞士、義大利等地的國際知名廚師和烹飪專家擔任賽事評審，各評審主廚皆為各國餐飲界的翹楚，為比賽增添專業性與公正性。各參賽者在國際評審的見證下，展現他們對烹飪的深厚功力、創新思維與熱情，讓每一道料理都成為藝術品。本次比賽的競賽項目涵蓋中西式熱烹、冷盤展示、藝術食品展示、咖啡飲調等多項領域。



團體賽上菜過程




團體賽作品



世界各地專業主廚合影

賽事期間，味丹企業亦在現場設置展位，為各項調味產品及品牌帶來極大的曝光效益。每日的觀展民眾眾多，這是與消費者直接接觸的良機。各項賽事，參賽選手也被指定使用我司的調味產品運用於料理中，讓我司產品在這個國際賽事舞台受到廣泛關注，進一步提升品牌知名度。

此外，現場的名廚 Live 展演秀及免費試吃活動也吸引大量觀眾，各名廚使用我司味丹味精、御品高鮮味精、香菇高鮮味精及海天招牌蠔油，於現場進行 5 場料理演示並讓現場觀眾試吃品嚐，讓觀展民眾瞭解鮮味在料理中的特點及重要性，除了增強味丹品牌與消費者之間的互動，也讓現場觀眾對味精有重新的認識。

台灣國際廚藝美食挑戰賽不僅是一場世界級展示烹飪技藝的盛會，更是推動台灣美食國際化的重要舞台。在這次比賽中，除了見證世界頂尖廚師的精彩表現，同時也展示我們的產品與品牌露出，為觀眾帶來難忘的美食饗宴；我們期待為公司的未來發展開創更大的機遇，並持續推動台灣美食文化的傳承與創新。 



個人比賽區



團體比賽合影



團體比賽區



味丹廠商攤位區


## 隨緣冷凍系列商品接連暖心上市 隨緣不是只有泡麵！還有冷凍水餃、包子跟鍋貼！

新事業發展行銷處 / 郭馨惠

疫情後影響再加上消費型態改變及飲食模式躍進，促使冷凍商品市場飛速擴張且蓬勃發展。面對市場變化，隨緣冷凍商品再次出擊，為蔬食者帶來更多樣的飲食選擇。

透過延伸隨緣植物肉水餃熱銷口味推出蔬菜與植物肉搭配芹菜香氣及口感製成的「鮮蔬植物肉鍋貼」、獨特醬汁搭配九層塔及麻油香氣製成的「三杯植物肉鍋貼」、及隨緣經典麻辣口味搭配天然辣椒花椒製成的「麻辣植物肉鍋貼」及「麻辣植物肉水餃」。

。誰能抵抗美味料理帶來的溫暖及慰藉，烹調方式多樣可蒸可煎可煮可微波 15 分鐘快速上桌，香脆 /O 彈外皮搭配飽滿餡料，口口都是幸福滋味，不管是當早餐、午餐、晚餐皆相當合適。

隨緣冷凍系列商品接連暖心上市，將成為您冬季最佳也最溫暖的第一選擇，面對市場的日新月異及科技的蓬勃發展，隨緣近幾年陸續推出植物肉水餃、包子、鍋貼等跨領域冷凍新商品，獲得廣大迴響好評不斷。今年寒冬就讓隨緣冷凍水餃及鍋貼陪您渡過，溫暖您的身心，滿足您的味蕾，絕對是您最便利的選擇。 





# 隨緣咖哩調理包新上市 道地南洋風味實現偽出國

新事業發展行銷處 / 郭馨惠

誰說在台或宅家沒辦法享受異國好滋味！隨緣將協助您滿足渴求出國旅遊期盼的心，將道地異國美食變為隨手可得。隨緣近期推出道地的南洋風味咖哩調理包，有以濃郁椰奶為基底，搭配多種南洋靈魂元素，佐以馬鈴薯、彩椒、蕈菇點綴於其中，打造黃金比例濃郁香氣的「薑黃椰香咖哩」及精選十多種南洋辛香料，以檸檬香茅、辣椒混和香濃椰漿進行燉煮，打造整體清甜濃郁香氣四溢不過於辣口的「泰式紅咖哩」。

全素配方及「葷食蔬化」理念還原到地南洋經典風味，拌飯、拌麵都合適，隔水、微波加熱三分鐘快速上桌，輕鬆在台宅家享受異國風味，讓隨緣撫慰您工作一天的辛勞及體驗宅家偽出國旅遊。若是在品嚐異國美食之餘，想再重溫台式經典風味，隨緣調理包還有經典麻婆豆腐、香菇肉燥調理包，將隨時滿足您的台式味蕾。







## 在忙碌中尋找滿足：味味麵的永遠經典魅力

行銷部速食食品處 / 褚翊雯

在當今快節奏的生活中，忙碌的上班族常常面臨時間不足的挑戰。他們需要的是一種既方便又美味的飲食選擇，來滿足日常的能量需求。泡麵正好填補了這一空缺，為忙碌的生活增添一份美味與便利。

味味麵作為味丹的經典品牌，在泡麵市場上佔有一席之地，深受消費者的喜愛。自推出以來，它憑藉穩定的品質和獨特的肉燥風味，贏得了無數人的青睞。

味味麵的最大特色在於烹煮時不管是加入簡單的青菜和蛋，還是豐富的海鮮、牛肉等配料，都能完美融合，滿足味蕾的需求。味味麵出色的肉燥風味和完美能夠結合食材的特性，讓每一口都有豐富的味道，因此成為眾多消費者的選擇之一。

總的來說，味味麵以方便、美味和價格優惠而深受消費者喜愛。無論是忙碌的工作日還是悠閒的周末，味味麵總能為你帶來快樂和滿足，無疑是生活中的美味夥伴。味丹

## 雙響泡 登上大巨蛋，熱血應援！ 為台灣棒球加油

行銷部速食食品處 / 賴姿君

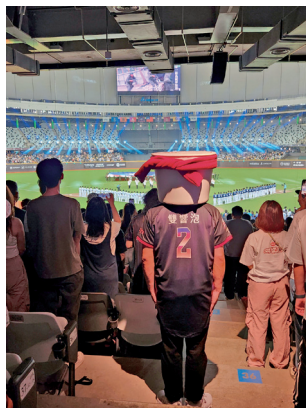
從7月的明星賽到11月的12強自辦熱身賽，這段期間是台灣棒球的旺季，熱血的賽事成為全台灣人共同期待的盛事。在明星賽中，泡麵界的明星「辣個男人」熱血現身，成為觀眾席上的焦點。他不僅和台灣六大職棒啦啦隊同台應援、尬舞，還展現了對棒球的熱愛。

雙響泡首次登上台北大巨蛋，帶來了阿泡與球迷互動的精彩活動，並舉辦試吃活動。煮好的泡麵香氣四溢，吸引了大量民眾品嚐。麵體不再軟爛，湯頭更加美味，成功扭轉了過去對品牌的刻板印象，獲得一致好評。

現場還設有多種互動遊戲，民眾完成任務後可獲得限量好禮，讓參加者有得吃又有得拿，攤位前排隊人潮絡繹不絕。

在明星賽後，阿泡將於11月2日至3日再度出現，為12強自辦熱身賽加油！這是讓球迷再次感受熱血氛圍的絕佳機會，與阿泡一起為台灣棒球吶喊助威。

這些活動不僅增添了比賽的樂趣，還拉近了品牌與球迷的距離，為台灣棒球注入了更多熱血力量。在這充滿激情的夜晚，讓我們一起



為台灣棒球加油，  
期待每一場比賽  
的精彩瞬間！






## 味丹香菇高鮮味精 -- 新品上市

大宗食材事業部 / 林恩如

「味精」的應用歷史已超過 110 年，也是廚房中必備的調味品之一；味精主要原料是來自天然原料 -- 糖蜜、澱粉，經醱酵後結晶而成。味精的獨特之處在於能夠增加食物鮮味，讓料理風味更具層次感，進而提升美妙的料理體驗。

「香菇」富含多種人體必需胺基酸和多醣體，因其獨特濃郁的香氣和鮮美口感，成為許多料理增添風味的最佳幫手，也是與味精搭配的絕佳食材。

味精是味丹企業重要的產品，也是公司創業之初的第一項產品，在味丹企業慶祝成立 70 週年之際，大宗食材事業部推出味精新品 -- 味丹香菇高鮮味精，讓消費者得以進一步提升美味佳餚的幸福滋味。味丹香菇高鮮味精在原料的選擇上選用 100% 台灣新社優質香菇，為保留香菇特有的香氣，每朵香菇都經過古法溫火烘焙 24 小時，並透過嚴格的品質管控，確保香菇的新鮮度與風味都達到最佳品質。讓台灣在地味精與在地香菇完美結合，提供自然鮮甜的滋味，為料理提供最幸福的滋味。

「味丹香菇高鮮味精」配方簡單、成分單純，僅使用高鮮味精與台灣新社香菇，不含任何香料、色素，符合消費者追求的健康飲食趨勢。我們希望用最簡單的配方，讓消費者體驗非凡的美味。 

# 日本知名品牌 DyDo 咖啡系列新發售

飲料行銷處 / 蔣家穎

近兩年解封後，台灣出國旅遊人潮暴增，其中，日本為台灣國民最愛到訪的國家之一。而台灣消費者對於日系品牌好感度高，因此今年味丹引進代理日本 DyDo 日式咖啡系列，拓展全新範疇，更注入創新品類。

DyDo 公司為日本前五大飲料品牌，旗下品類有咖啡、茶、水、果汁、碳酸。此次代理 DyDo 日式咖啡系列有「日式黑咖啡」以及「日式拿鐵咖啡」兩個口味，選用世界頂級咖啡豆以及日本配方開發研製，無添加香料、防腐劑。

DyDo 日式黑咖啡，以多次滴濾工法萃取，完整封存原豆馥郁香氣，去除咖啡苦澀味，口感清爽且無糖。DyDo 日式拿鐵咖啡，與黑咖啡使用相同萃取技術，喝起來咖啡味、奶香味平衡、口感順口不甜膩。

今年十月，呼應航海王迎來動畫開播第 25 周年，不僅航海王官方有一系列特別企劃，許多品牌也相繼與之合作。DyDo 日式咖啡系列也與航海王攜手，推出 12 款經典角色包裝，其中更有魯夫五檔尼卡、是別於以往會有的角色型態。結合全通路 CP 活動，10/1 - 12/31 期間，購買 DyDo 日式咖啡系列任 2 瓶，於活動網站登錄發票，就有機會抽

中熊本來回機票，實際走訪熊本航海王景點，或有機會將經典航海王角色模型帶回家。DyDo 日式咖啡系列，早晨搭餐提神、會議集中精力、甜點搭配或是飲料特調都合適！各大超商、全聯熱賣中！





## Thirsty for change!

# 「七喜汽水」嶄新推出 100% 環保再生瓶 搭配獨特檸檬酸甜 x 暢快清爽口感 打造「透 明系碳酸飲」

飲料代理行銷處 / 湯美惠

「百事集團」旗下的飲料品牌「七喜汽水」，推出全新限定環保瓶包裝，成為台灣碳酸品類中首支

使用 100% 環保再生塑料 (Recycled PET) 的「透明系碳酸飲」品牌。

根據調查顯示，隨著 Z 世代族群環保意識崛起，對綠色產品和永續需求急遽增加，更傾向選購環境友好（包括無塑料包裝）等產品，並支持具有社會責任、環保意識的品牌。「七喜汽水」瞄準年輕、清新活躍的 Z 世代族群對產品創新體驗的追求與對環保議題的重視，推出創新環保瓶，以友善環境為目標，強調品牌對環保的承諾及環境和諧的堅持。

「七喜汽水」新品包裝採用 100% 環保再生塑料製作透明瓶身，視覺設計簡約清爽，透明瓶身更輕盈。包裝結合檸檬水果切面線條以及



象徵水果氣泡感的空心圓圈圖案，完美詮釋「七喜汽水」的清爽檸檬風味與獨特新鮮感。透過新包裝的明亮色彩對比鮮明，為產品增添活力與快樂感，並展現碳酸飲帶來的清爽暢快味蕾享受，供消費者最佳的沁涼飲品選擇。

7-Eleven

# 金盞花葉黃素飲 減少日常光害 維持舒適晶亮

味丹生技 / 劉蕙瑄

現代人長時間使用 3C 產品，眼部健康問題有逐漸年輕化的趨勢。味丹生技推出全新產品—金盞花葉黃素飲，以滿足消費者對抗藍光、防禦保養的需求。



金盞花葉黃素飲精選頂級成分，包含擁有 100 多項臨床證實的世界級黃金標準 FloraGLO® 游離型葉黃素，與玉米黃素複合 5:1 黃金比例，採用日本專利超微米乳化技術，增進吸收效率。以及味丹生技獨家研發的 ChLorich®EnergyBoost，其研究成果發表於知名國際期刊，實驗證實具有增強體力、提升運動表現、抗疲勞等效果，同時補充營養活力。加上黑番茄、黑醋栗、

野櫻莓等多重黑精華與金鈴子、玻尿酸等滋養成分，專為長時間使用 3C 產品的現代人設計，呵護晶亮，打造水潤舒適圈。

味丹生技重視創新與消費者需求，金盞花葉黃素飲正是我們對現代生活方式的回應。隨著 3C 產品成為日常生活不可或缺的一部分，我們深知在高負荷環境下保養的重要性，並致力於提供對抗藍光傷害的產品。金盞花葉黃素飲不僅是日常保健的好幫手，更是忙碌現代人應對數位生活挑戰的最佳伴侶。

**黑金複方 打造水潤舒適圈**

多重黑精華與晶亮潤澤成分複合的黃金比例  
滿足3C族每天的舒視保養

- 黑番茄萃取**  
超高含量原花青素與酚類化合物  
降低藍光傷害
- 金鈴子發酵液**  
特殊專利三級式超微精華  
啟動晶亮防禦
- 黑醋栗精華**  
富含花青素與維生素C  
抗氧化、促進循環
- 野櫻莓精華**  
不老莓當花青素與維他命E  
幫助舒視晶亮
- 流行鏈球菌發酵物 (含玻尿酸)**  
經過科技發酵而成  
有效潤澤供水

FloraGLO LUTEIN 5:1  
美國專利葉黃素  
與玉米黃素5:1最佳吸收比例

## 味丹生技與承億文旅為妳 在忙碌生活中找到美麗與自信

味丹生技 / 黃建誠

**新**時代女性在生活中扮演著多重角色，無論是在工作上追求卓越、照顧家庭，還是為父母提供舒適的生活環境，她們都全力以赴。同時，她們也渴望維持自己的狀態，希望每個時刻都能美麗動人，但如此高標準要求，往往讓她們不自覺地長時間處於緊繃狀態，身心俱疲。

味丹生技的明星產品—活妍美<sup>の</sup>飲膠原蛋白系列，正是為這些在生活、工作與家庭間尋找平衡的新時代女性而設計。為了更深刻傳遞商品理念，我們攜手知名網路創作者張恩嬋，與其新型態戲劇《躺平華爾滋》聯名，推出《味丹生技×躺平華爾滋》膠原蛋白聯名禮盒。透過戲劇中描繪女性多重角色轉換的生活故事，展現新時代女性面對壓力與挑戰時的堅韌與優雅。

為進一步推廣膠原蛋白聯名禮盒，味丹生技與連鎖特色旅店承億文旅合作，結合線上數位與線下實體的限時推廣活動。在全台承億文旅大廳展示膠原蛋白聯名禮盒，並在房間內貼心地提供入住旅客活妍美<sup>の</sup>飲莓果 EX 膠原飲，讓女性旅客在旅途中也能隨時呵護自己的美麗。

本次合作不僅僅是產品的推廣，更是喚起女性對於生活態度的共感，透過旅行與美麗的結合，味丹生技與承億文旅為新時代女性打造了專屬的美麗時刻，幫助她們在忙碌生活中暫停腳步，找回內心的平衡與自信。

味丹

承億文旅客房內擺放入住禮—活妍美<sup>の</sup>飲莓果 EX 膠原飲



《味丹生技×躺平華爾滋》膠原蛋白聯名禮盒  
在全台承億文旅獨家展示

