

酪農天地

Dairy Farming Newsletter

155

期

民國 115 年 6 月



- | 中草藥植生素於乳牛健康管理與減抗養殖之應用與展望
- | 柑橘副產物於乳牛日糧之營養效益與再利用潛力
- | 農副產物部分取代高能精料與蛋白質飼料之應用原則

網站：www.angrin.tlri.gov.tw

中華郵政中台字1070號執照登記為雜誌交寄
農業部畜產試驗所北區分所編印

ISSN
1605691-4





酪農天地專訪

日果乳坊

◎ 北區分所 陳珮彤、郭雅心、葉上瑜、王思涵 採訪

近年來，除了傳統乳品大廠外，越來越多年輕團隊投入乳品加工與品牌經營，為國產乳品帶來不同的可能性。這股趨勢之下，由中興大學團隊創立的「日果乳坊」，從實驗室出發，將臺灣茶文化融入優格產品，成功走進市場。本次專訪將帶大家一窺其從研發到商品化的過程，以及在乳源選擇、通路經營與品牌建立面臨的實際挑戰，以及如何為酪農業彼此間創造更多的合作。

個人背景與創業契機

陳佑易先生為中興大學動物科學系博士候選人，創立「日果乳坊」，致力於開發結合臺灣在地元素的特色乳製品。談及創業契機，他表示，最初源自實驗室學弟妹的發想，希望將台灣茶元素融入優格中，開發具有在地特色的乳製品。該構想在參與展覽後獲得廠商與指導老師的肯定與鼓勵，也讓原本就對創業有興趣的陳先生，決定將研究成果進一步商品化。

在創業初期，他同時面臨學業與事業的雙重壓力。也因團隊多為學弟妹組成，使他在管理上採取較為平等、開放的溝通方式，以「學長帶學弟妹」的模式共同推動產品開發與品牌經營。團隊目前由6位股東組成，皆具碩士以上學歷，顯示其強勁的學研背景。

但是，想要從實驗室走向市場一點也不簡單。陳先生指出，要將專業的科學變成消費者可以理解的內容，是相當大的挑戰。因此，日果乳坊透過於社群平台發表推廣文章（圖一），希望能夠讓消費者在理解產品的同時，也能認同日果乳坊的品牌理念。

< **laitgoodcoltd** ...



日果乳坊

94

則貼文

635

位粉絲

4

追蹤中

日果乳坊由一群熱愛食品研發的人才創立，不僅擁有豐富的專業知識和技能，更重要的是我們有一顆充滿熱情和創意的心。我們成立這家公司的初衷就是為了延續科學價值，把科學實證的精神帶... 更多翻譯年糕

www.laitgood.com

@ **laitgoodcoltd**

追蹤

發訊息

+8



▲ 圖一、日果乳坊社群媒體宣傳。

乳品研發與產品特色

日果乳坊的最著名的產品就是具有濃厚臺灣風味的「茶優格」(圖二)，最大特色在於並非單純添加茶粉或香料，而是透過茶與乳的比例調配及菌種發酵，使茶香自然地與優格結合。陳先生表示，研發過程中最大的困難在於「茶的風味與香氣難以同時保留在優格當中」，因此經過了長時間的測試與調整，才能在不添加人工香料的情況下，維持優格當中穩定且平衡的臺灣茶的風味。

目前產品包含紅茶、綠茶、烏龍茶與原味優格，各自具有不同風味特性。紅茶香甜、綠茶清香、烏龍茶則帶有獨特的風味及層次感，吸引不同族群消費者。在產品搭配上，例如在優格飲(圖三)及優格中所使用的蜂蜜也是經過千挑萬選，最終選用風味較淡雅且是臺中在地的荔枝蜜，以避免掩蓋優格本身的風味。此外，陳先生也觀察到機能性乳製品將是未來趨勢，未來也規劃開發希臘優格、冰淇淋及起司等多元乳製品。

供應鏈管理與營運模式

在乳源選擇上，日果乳坊目前主要與中興大學畜產試驗場合作，每日收乳量約150公斤。由於本身校友的身分，對母校鮮



▲圖二、日果乳坊具特色之茶優格。



▲圖三、添加荔枝蜜，風味多樣化的優格飲。

乳之生產與殺菌流程具有高度信任，在確保品質穩定的前提下，亦能取得相對優惠之原料成本。然而，陳先生提到，因為中興大學畜產試驗場是試驗牧場，一天僅生產約2噸乳，未來若產能提升，勢必需尋求其他乳源。對此，陳先生表示將規劃優先自具有動物福利標章之乳牛場名單中篩

選合作對象，以兼顧原料品質與品牌形象一致性，但此類乳源取得成本相對較高，亦為後續成本控制之一大挑戰。

在設備方面，目前已導入充填與封膜設備，以提升生產效率。然而，隨著未來產量擴大，廠房擴建與設備投資將成為必要選項，涉及資金規劃與增資的籌備，目前仍在了解政府補助與相關申請管道階段。此外，增資雖有助於擴張產能，卻可能影響經營自主權，形成經營策略上的權衡與不確定性。在物流方面，則與固定冷鏈業者合作，降低運輸過程中因搖晃導致的乳清分離問題。未來隨產量增加，也考慮建立自有冷鏈配送系統，以進一步控管品質。

在通路策略上，由於傳統零售通路抽成比例高，對於目前規模尚小之品牌而言，利潤空間有限，因此陳先生希望日果乳坊能夠積極轉向多元通路發展，包括與餐廳、咖啡廳及團購平台合作，以縮短通路層級並提高毛利率。同時，亦透過關鍵意見領袖 (Key Opinion Leader, KOL) 合作與社群行銷提升品牌曝光度，降低對高抽成通路之依賴。此外，日果乳坊亦著手規劃品牌官網內容，以因應未來數位通路與電商之模式，建立直面消費者 (Direct-to-Consumer, D2C) 之銷售能力。

產業觀察與未來展望

面對臺灣乳品市場競爭，日果乳坊選擇以「精品化」作為品牌定位，並已逐步拓展至餐廳、運動工作室及校內實習商店等多元通路。此外，陳先生提到，低甲烷排放等環境議題，未來有機會成為國產與進口乳製品的重要差異化標籤，特別是在面對進口乳品競爭時，將可能成為關鍵優勢之一。

對於有意投入乳品創業的年輕人，陳先生給予相當務實的建議：「首先要釐清自己創業的目的是什麼，是追求獲利、自我實現，還是社會責任。創業並不容易，需要承擔壓力與風險，抗壓性非常重要。」

日果乳坊從實驗室技術走向市場產品，展現了學研成果轉譯為產業應用的可能性。透過結合臺灣茶文化與乳製品創新，不僅拓展了乳品多元價值，也為臺灣酪農產業開創出一條兼具特色與競爭力的新路徑。