



新科CFC世界大使達成者 歐欽雄、伍張甯賢伉儷成功秘訣大公開

夫妻共好，彼此成就
出采人生，從七十開始

30年的科學累積
也是環貫綠佳利對原料品質的堅持

數位力升級
讓服務更靠近每一位會員



環貫綠佳利領航者

來自井山總經理的期許

董事兼總經理

井山 智幸

看見市場變化，深化會員經營

市場持續變化，人口結構、消費行為與工作型態不斷改變，不同世代對收入、生活與事業的期待更加多元。面對新的環境，我們除了持續拓展「進人」，更要做好「留人」，讓會員看見事業價值，提升參與感與持續發展的意願。

跨世代經營，科技助力成長

不同世代各有優勢，熟齡族群重視健康，擁有豐富的人生經驗與人際基礎；30至45歲族群則重視收入、工作彈性與職涯發展。因此，事業經營從產品分享，延伸至生活分享、社群經營與個人特色，讓每個人都能找到適合自己的方式。直銷產業已進入關鍵轉型期，經營模式也更加多元。

科技不是取代人，而是讓人把時間用在更有價值的地方。環貫綠佳利以長遠眼光布局數位發展，2018年推出APP，深化數位轉型，運用數位工具提升服務效率，讓伙伴更專注於顧客服務與事業經營。未來，我們將善用會員資料、社群、短影音與AI，從產品銷售走向服務經營，從招募走向人才培育，從人際經營走向品牌與數位經營，讓科技成為事業發展的助力。

品牌價值，來自每一次信任的累積

一個品牌能夠長久發展，靠的不只是產品與行銷，更來自每一次信任的累積。今年，我們也要恭賀重要合作伙伴葉黃素供應商Kemin公司迎來30週年。三十年的歷程，代表對專業、品質與創新的堅持，也讓我們更加珍惜與優質伙伴共同成長的關係。

每一位會員，都是品牌重要的一部分。當我們用正確資訊分享產品、用真誠態度服務顧客、用實際行動傳遞健康理念，就是在為品牌價值持續儲值。展望未來，我們在穩健擴大會員規模的同時，更將全力聚焦於「價值經營」，把產品做好、服務做好，讓品牌與顧客建立更深厚的信任。

榮耀，不只是掌聲，更是努力被看見

FESTA世界年會是伙伴們努力被看見的時刻，也是見證成功者踏上全球舞台的榮耀時刻。從設定目標、分享、邀約，到陪伴伙伴前進，每一份成果都來自長時間的堅持與行動。當來自不同國家的伙伴齊聚一堂，我們看見健康自由、財富自由，不分國界，都有實現的可能。FESTA2027獎勵挑戰已於9月啟動，正在衝刺的伙伴，讓我們一起加油；還在觀望的伙伴，現在就出發！期待明年的FESTA，更多伙伴站上全球舞台，分享成功、創造屬於自己的榮耀。

特別企劃



03 新科CFC世界大使達成者
歐欽雄、伍張齊伉儷成功秘訣大公開
夫妻共好，彼此成就
出采人生，從七十開始

成就非凡



07 自主創業家吳迪
從不相信，到願意相信
用一次次親身驗證，
找到健康與人生更多的可能

08 自主創業家許秋錦
找對舞台讓多年經驗開花結果
用真誠與實力，
走出自己的健康事業路

健康補給站



09 30年的科學累積
也是環貫綠佳利對原料品質的堅持

11 50歲後的免疫力管理
從認識「帶狀疱疹」開始



13 含氫水
為什麼受到重視？

特別報導



15 數位力升級
讓服務更靠近每一位會員

發行地址/環貫綠佳利股份有限公司

403台中市西區英才路530號21樓
(國泰金融大樓)

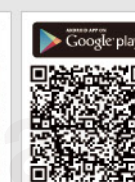
服務電話：0809-061-000

編輯群/環貫綠佳利股份有限公司企劃課

http://www.naturally-plus.com

中華民國97年9月創刊 版權所有 翻印必究

分享環貫綠佳利事業及產品時，請遵守法規，保障自身權益。





新科CFC世界大使達成者 歐欽雄、伍張甯賢伉儷

成功秘訣大公開

夫妻共好，彼此成就 出采人生，從七十開始



「夫妻是一體，但每個人都應該擁有自己的天空。」對歐欽雄與伍張甯而言，這不只是婚姻的體悟，更是十年環貫綠佳利事業歷程的真實寫照。2023年，伍張甯率先達成CFC世界大使；2026年，70歲的歐欽雄也完成挑戰，站上同一座榮耀舞台。夫妻互為「伴」侶，更是彼此重要的事業伙「伴」；一個勇於推動與行動，一個善於培育與陪伴，彼此補位、彼此成就，也帶著一群伙伴共同成長。他們用時間證明，夫妻共好，不是誰成就誰，而是各自發光，也一起走向更大的舞台。

60歲，再一次出發

歐欽雄自小成長於大家庭，家中孩子眾多，因此很早就養成靠自己的性格，也比一般人更早走上「斜槓」人生。34年的教職生涯之外，他陸續投入不同工作，退休後更做了8年導遊、領隊，持續接觸人群、累積經驗。對他而言，每一段經歷都不只是工作，更是學習與探索。教書，讓他學會面對不同背景的人；帶團，則讓他走進更多人的生活，也看見不同工作型態的真實樣貌。相較於退休後安享生活，他更喜歡不斷接觸新知、探索可能，也維持著踏實而充實的生活態度。

過去的工作經驗，也讓他開始思考收入如何才能累積。導遊必須一團一團地帶，收入與業績緊密相連，必須不斷投入時間與體力，才能創造當下的收入。這讓他開始尋找另一種可能，一份可以透過持續經營，逐步累積被動式收入的事業。對他而言，這不是追求快速的結果，而是相信只要願意持續投入，時間就能讓努力產生複利，讓收入不再只是一次次重新歸零。

60歲接觸環貫綠佳利後，他首先看見的是健康的價值。走過人生前半場，他深刻體會到，健康是繼續追求人生的根本；而當他看見這份事業同時具備分享、經營與長期累積的可能，也讓他找到值得投入的新方向。對他而言，這不只是退休後多一件事情，而是一次重新選擇人生的機會。帶著一路累積的人生歷練與對學習的渴望，60歲的他再次出發，也開始把自己看見的價值，分享給更多人。



一人之力，成就一群人

回顧過去的教師與導遊生涯，他發現，無論教書或帶團，都是需要親力親為的工作。教師必須站上講台，導遊必須親自帶領每一團旅客，每一段工作都有明確的開始與結束。接觸環貫綠佳利後，他開始思考另一種可能：能不能不只是自己努力，而是透過分享、培育與合作，讓一個人的經驗與力量延伸到更多人身上？當一個人的努力可以被分享、被延續，甚至幫助另一個人找到方向，那麼累積的就不只是自己的成果，而是一群人的可能。

當他看見伙伴因為這份事業找到目標、提升收入、建立自信，甚至逐漸改變生活，他也開始重新思考「成功」的意義。真正值得追求的，或許不只是自己走得有多遠，而是能不能帶著更多人一起向前。「不是自己成功，就叫成功。」這句話，成為他經營團隊的重要信念。從過去專注於自己的專業與工作，到如今願意陪伴、支持並成就他人，他也從育才，走向團隊帶領者。

春風化雨，化為領袖力量

歐欽雄最大的優勢，是沒有把過去歸零，而是將一路累積的教育與帶人經驗帶進環貫綠佳利。無論是面對不同背景的學生、帶領來自各地的旅客，或如今與不同性格、不同經歷的伙伴相處，他習慣先理解對方，再找到合適的溝通與帶領方式。循循善誘、耐心解答，也成為他經營團隊最自然的方式。一路走來，他接觸過形形色色的人，更明白每個人的起點與步調不同，帶人的方法自然也不能只有一種。

「你願意，我就拉你一把；你不願意，我也不會勉強你。」這句話，也道出了他帶人的態度。他從不把自己放在伙伴之上，而是選擇並肩同行。有人需要方向，就陪著釐清；有人需要時間，就耐心等待；有人已經準備好向前，便放手讓對方去嘗試。比起要求所有人走同一條路，他更在意找到適合每個人的方式，在需要時給予支持，也在適當的時候放手。這份從理解出發的帶領方式，讓教育不只停留在傳授知識，更成為陪伴一個人找到方向、發揮所長的力量。



夫妻是伴，更是伙伴

如果說歐欽雄的力量來自教育與培育，而太太伍張甯則是不斷看見他可能性的人。2023年，伍張甯自己先達成CFC世界大使後，她開始思考，夫妻雖然是一體，但先生不只是自己的另一半，也應該擁有自己的位置與舞台。她相信，老公的能力值得被更多人看見。

於是，她開始鼓勵、支持，甚至一次次推著先生向前。「我希望他被看見。」對伍張甯而言，這不只是妻子對丈夫的期待，更是一位事業伙伴對另一位伙伴的信任。生活中，他們是彼此陪伴的夫妻；在事業上，則各自發揮所長、彼此補位。她沒有要歐欽雄成為另一個自己，而是希望他成為更完整的自己。真正的夫妻共好，不是兩個人做一樣的事，而是各自擁有自己的位置，在最重要的時刻彼此扶持，讓彼此的光都能被看見。



十年同行，再向更遠

挑戰CFC之初，他並沒有強烈的舞台企圖。長年站在教育與培育的位置，他更習慣默默陪伴、支持他人，而不是成為被看見的人。然而，太太看見了他自己尚未看見的可能。「70歲，就是你的亮點。」一句話，讓他開始重新思考，過去累積的經驗與能力，也能成為自己的力量，於是決定接受這項挑戰。

回想十年前，兩人曾為了培育台南伙伴租屋一年；後來到了台中，也用同樣的方式陪伴伙伴。從一張白紙開始，他們一步步累積經驗、建立團隊，也在一次次挑戰中走到今天。十年後，當伍張甯先站上CFC世界大使的舞台，歐欽雄也在70歲這一年，走出熟悉的角色，完成屬於自己的挑戰。

相信看見，看見實現

從60歲遇見環貫綠佳利，到70歲成為CFC世界大使，十年間，歐欽雄與伍張甯賢伉儷也曾經歷邀約被拒絕、伙伴離開、努力沒有結果，甚至懷疑自己。但一路走來，他們始終保有一個共同的態度：遇到問題，就解決；事情過去了，就翻頁。伍張甯說，溝通完了就放下，意見不同就處理，不讓過去的情緒成為繼續向前的負擔，因為未來，還有更多值得努力的事。

2023年，伍張甯達成CFC世界大使時說：「相信就會看見！」2026年，70歲的歐欽雄則用「看見就要實現！」為這段歷程寫下註解。夢想從來不會因年齡而退休，只要願意跨出一步，就還

有創造可能的機會。從相信到看見，再從看見走向實現，十年間，他們走過的不只是一場挑戰，更是一段彼此看見、彼此成就的旅程。

人生沒有太晚，夫妻也不必只有一種同行方式。可以各自發光，也可以彼此成就；當一個人看見另一個人的可能，願意牽起他的手，陪他走上屬於自己的舞台，那份成就便不再只是個人的榮耀，而是兩個人一起照亮彼此，也照亮更多人的力量。因為走過的歲月從來不是負擔，而是累積下來的養分，讓人站得更高、看得更遠。



2026年7-8月，我終於完成了曾經以為不可能的任務： 達成CFC世界大使！

這一路，最深的感謝要獻給我的太太伍張甯。謝謝她始終鼎力協助、相互扶持，因為有她並肩同行，讓我在一次次挑戰中走得更堅定、更長遠。也特別感謝CFC領袖徐水泉、汪春薇賢伉儷給予的肯定、支持與鼓勵；更感謝組織內每一位成就領袖，為了自己的目標全力以赴、突破自己。這份榮耀，從來不是一個人的成就，而是大家共同努力、共同完成的成果。

最後，也要謝謝那個始終沒有放棄的自己。一次次挑戰、一次次突破，終於把曾經認為的「不可能」，走成了「我做到了」！2023年，太太伍張甯達成CFC時說：「相信，就會看見！」2026年，我接棒達成，也想把這份信念傳承下去，所以我說：「看見，就要實現！」因為相信，讓我們看見希望；因為行動，才能實現夢想。

對我而言，達成CFC不只是榮耀，更是一份責任。一個人成功，只是一個故事；一群人成功，才能成為一個時代。



2023年--相信，就會看見！
2026年--看見，就要實現！
未來--實現，就要傳承！
一棒接一棒，讓成功不只是奇蹟，而是傳承！



自主創業家吳迪

從不相信，到願意相信

—— 用一次次親身驗證，找到健康與人生更多的可能 ——

66

在房地產金融業工作的吳迪，習慣在忙碌的工作與生活中，靠自己的判斷做選擇，不輕易被說服，也不急著跟隨別人的答案。與環貫綠佳利的相遇，並不是一開始就認同，而是在一次次碰撞出火花後，逐漸找到自己的答案。從健康到事業，她不急著相信，而是親自走過、親自驗證，最後選擇認真投入。

99



從懷疑，到重新認識健康

認識多年，春薇老師知道吳迪對直銷沒有興趣，因此從不強力推薦，也不刻意談起環貫綠佳利。過去即使有人推薦其他直銷產品，她也只是捧場購買，從未真正使用。直到一次身體嚴重拉響警報，醫院接連開出強效藥物，她才真切感受到健康的重要。她開始思考：平常大家都說西藥可能造成身體負擔，但身體出問題時，自己卻只能一顆一顆吞下去。既然生病時連強效藥都願意吃，為什麼還健康時，反而害怕保健食品？這個念頭，讓她第一次真正把環貫綠佳利當一回事。她開始主動研究產品、走進公司聽營養課，也從「出了問題再處理」，理解到「健康時就要開始照顧」，重新認識健康與身體平衡的價值。

從第一次肯定，到持續累積

第一個成就達成，對她而言，不只是一次達標，更是一份「我也能做到」的肯定。從原本對直銷沒有興趣，到願意親自了解；從害怕開口分享，到開始為自己的目標努力，她沒有改變成另一個人，而是在一次次嘗試中，看見自己原來還有更多可能。現在的她，依然專注自己的工作，也持續經營環貫綠佳利。對健康美的追求，讓她不只在意自己的狀態，也願意把認同的產品分享給更多人。她相信，斜槓不是放棄原來的人生，而是在既有生活之外，為自己多走一條路。隨著伙伴逐漸增加，她期待持續成長，讓每一次晉階都成為新的肯定，也讓被動收入積沙成塔。回頭看這段緣分，她最想感謝的，正是春薇老師當初讓她認識環貫綠佳利，讓原本沒有想過的選擇，成為今天正在一步步實現的人生可能。

鼓勵 伙伴的話

讓夢想成為目標，讓行動帶來改變。

座右銘

用心經營每一份信任，用努力成就更好的自己。



自主創業家許秋錦找對舞台

讓多年經驗開花結果

—— 用真誠與實力，走出自己的健康事業路 ——

66

經歷不同直銷多年，許秋錦早已熟悉列名單、邀約、ABC與會場運作的竅門，也建立了豐富的人脈與經驗。過去因照顧家人，事業發展時有中斷；遇見環貫綠佳利後，產品貼近日常，兩年前迎來天時地利人和，讓她終於找到發展的機會。如今，她將所長化為行動，走出屬於自己的直銷花路。

99



不說太多，真誠就是最好的邀

「以前做直銷，也是希望能有一份倍增的收入。」許秋錦早期接觸過不同直銷，卻因產品價格高、回購不易，始終沒有真正發展。1982年認識介紹人夫妻後，1997年蔡先生引薦她認識環貫綠佳利。因產品單純、門檻低，又能照顧日常健康，加上自己與家人的實際感受，分享變得自然。她的邀約不拖泥帶水、簡單俐落，永遠不在第一時間談產品或事業。朋友有空，她就問：「有沒有時間聚聚？」若到公司附近，便順勢帶上樓，先感受環境與氛圍。「要真誠地與人親近。」她不給人壓力，也常在家裡、茶坊辦聚會，喜歡準備一桌飯菜，在輕鬆互動中分享生活與健康。一路走來，她始終感恩：「夫妻倆是我的貴人，感恩一路相助。」

時間讓努力累積，機會讓成果發生

多年來，家中長輩面對年齡增長與身體退化，她仍堅持用產品細心照顧，四位長輩最後都能善終，對她與家人而言，是一份難得的福報。「錢再賺就有，健康最重要。」這份體會，也讓她更加確定分享健康的價值。如今，連孫子都會跟左鄰右舍分享產品，還會說：「我要去公司。」儼然成了小小代言人，產品與公司也成為祖孫共同的話題。回頭看這一路，她始終相信自己走的是對的方法，只是過去受家庭與時間所限，未能全心投入。直到遇見適合的平台，在對的時間全力以赴，過去的經驗與堅持終於有了成果。對她而言，努力從不會白費，方法做對、持續前行，等到對的時機，自然能水到渠成。

鼓勵 伙伴的話

不要放棄追求夢想的機會！

善用直銷技巧，發揮最大效應

她認為積極持續列名單非常重要。不是每個人都有意願，該跟進就跟進，沒有意願的人先放一邊，持續累積新的可能。再加上靈活運用ABC技巧，她也不凡事自己來，而是懂得借助A角色的力量，依照對方的狀況與意願協助推進；她最善長運用的A角色就是會場，透過課程、現場的分享與交流，讓伙伴在會場中被點燃興趣。過往因照顧長輩，她的事業發展時有中斷，也一直沒有發展出自己的經營者。兩年前，在公司提點與領袖淑華姐鼓勵下，她奮力衝刺，一舉達成成就，建立出自己的組織；她也運用自己多年累積的經驗與排線技巧，進一步協助伙伴保有業績，讓團隊穩定發展，希望伙伴都能實現夢想。



座右銘

堅持到底，永不放棄。



30年的科學累積

也是環貫綠佳利對原料品質的堅持

2026年，建明工業（Kemin Industries）旗下 FloraGLO® 葉黃素迎來上市30週年。對一般消費者來說，30週年可能只是一個紀念數字；但對長期重視商品原料、科學研究與品質相關的環貫綠佳利而言，這30年代表的是一項原料經得起時間與科學驗證的累積。

環貫綠佳利在商品開發與原料選擇上，一直重視的不只是「有沒有這個成分」，更在意原料的來源、製程、研究背景，以及是否有足夠的科學資料支持。



真正的好商品，不只是把許多成分放在一起，而是每一項原料背後，都要有被選擇的理由。



FloraGLO®是Kemin Industries, Inc. 的商標



1996
上市

FloraGLO®葉黃素
正式上市

2007
臨床突破

多項人體
臨床研究發表

2018
應用延伸

研究延伸至
認知與皮膚健康

2026
30週年

30週年紀念

30yrs
科學累積

130+
人體臨床研究
支持

從1996開始， 持續累積葉黃素科學

FloraGLO® 葉黃素自1996年上市以來，持續投入營養類胡蘿蔔素相關研究。根據Kemin資料，目前已有超過130項人體臨床研究支持，研究範圍除了大家熟悉的視覺健康，也逐漸延伸至認知功能、皮膚健康，以及不同人生階段的營養需求。

這也讓葉黃素不再只是單純的一項營養成分，而成為現代營養科學中受到高度關注的類胡蘿蔔素之一。對環貫綠佳利而言，選擇具有長期研究基礎的原料，就是希望會員每天吃進去的不只是「成分」，更是背後累積多年的科學與專業。



創業者的R. W. Nelson（中左）與Mary Nelson（中右）

我們在乎的， 不只是葉黃素有多少

談到眼睛營養，多數人第一個想到的就是葉黃素。但真正完整的營養概念，不應只停留在單一成分。人體黃斑部的營養狀態，與多種類胡蘿蔔素息息相關；而不同類胡蘿蔔素，在人體中也各自扮演不同角色。

因此，環貫綠佳利在商品設計上，重視的是更完整的營養搭配，而不只是單一成分數字的高低。從原料選擇、配方設計到製程技術，背後思考的始終都是：如何讓好的原料，被更完整地運用在每天的健康管理中。

原料看不見，但品質，會藏在每一次選擇裡。對消費者來說，一項商品拿在手上，我們最容易看到的是包裝、成分表與營養標示。但真正決定一項商品品質的，往往是那些「看不見的地方」。原料從哪裡來？有沒有穩定的品質標準？背後是否有研究資料？製程能不能讓營養成分穩定保存？不同成分之間，又是如何搭配？這些，都是環貫綠佳利在商品背後持續重視的細節。

FloraGLO® 30週年， 也是一段共同重視科學的旅程

建明在2026年 Vitafoods Asia 亞洲營養保健食品展中，特別以 FloraGLO® 30週年為主題，並透過 EyeQ Station 讓參觀者了解自身黃斑色素相關營養狀態。

這樣的發展，也反映出一個重要趨勢：未來的健康管理，將不只是「等有感覺才處理」，而是更重視平時的營養累積與主動管理。這樣的理念，與環貫綠佳利長期推廣的健康觀念不謀而合。健康不是某一天突然開始，而是在每天的飲食、生活習慣與營養選擇中，一點一滴累積而成。



從一項原料， 看見公司的堅持

FloraGLO® 走過30年，靠的不是一句口號，而是不斷累積的研究與驗證。而環貫綠佳利對商品的要求也是一樣。我們相信，真正值得長期使用的商品，不能只追求流行，也不能只看一時的話題，而是要回到最基本的幾件事：好的原料、好的科學、好的製程，以及長時間累積的信賴。

當我們每天使用一項商品時，看見的也許只是一顆膠囊，但在它背後，可能是一家原料公司30年的研究，也是一家公司在每一次商品開發時，對品質做出的選擇。



30年，是Kemin的里程碑，也是環貫綠佳利持續堅持品質的一個縮影

好的原料需要時間驗證，好的商品需要用心選擇，而好的健康，更需要每天累積。
我們選的不只是原料，而是值得長期信賴的科學與品質。



強化免疫的 4 大生活基石

充足高品質睡眠

保持固定作息，給予免疫系統足夠的修復時間。



規律適度運動

依體能選擇健走、伸展或騎自行車，維持身體代謝與活力。



積極壓力管理

透過戶外活動、興趣休閒或與親友交流，為壓力尋找適當出口。



為什麼 50 歲後 更需要注意帶狀疱疹？

隨著年齡增長，人體負責控制潛伏病毒的細胞免疫功能會逐漸下降。除了年齡因素外，長期高壓、睡眠不足、慢性疾病或使用免疫抑制劑，都會讓病毒有機可乘。因此，50 歲後是關心帶狀疱疹風險的關鍵階段。



天天彩虹餐盤

多元攝取各色蔬果、全穀類與優質蛋白質，不依賴單一「神奇食物」。



從認識 帶狀疱疹 開始 50 歲後的 免疫力管理

打造日常防禦力

從「彩虹餐盤」補充植化素

談到日常健康管理，天然存在於植物性食物中的「植化素 (Phytochemicals)」扮演重要角色。不同顏色的蔬果含有不同功效的植化素：



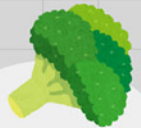
紅色/黃橙色

(番茄、南瓜、胡蘿蔔) 富含類胡蘿蔔素。



藍紫色

(藍莓、葡萄、紫高麗菜) 富含花青素等多酚類。



深綠色

(花椰菜、芥藍) 富含十字花科植物化合物。



茶葉與豆類

含有多種茶多酚與大豆異黃酮。

然而植化素並非帶狀疱疹的治療藥物，也不能單靠補充植化素來預防發病。最務實的做法，是將植化素納入均衡的日常飲食中。

主動預防與及時就醫

日常飲食與生活型態是第一道防線，但若要針對帶狀疱疹建立更直接的防護，主動醫療與警覺同樣重要：

諮詢 疫苗接種

帶狀疱疹疫苗是經實證有效的直接預防措施。50 歲以上成人或曾罹患帶狀疱疹者，均可與醫師討論評估接種重組帶狀疱疹疫苗。



辨識 早期警訊

水泡出現前，若局部皮膚出現刺癢、灼熱或異常疼痛，並沿著身體單側神經分布，即可能為發病前兆。若皮疹出現在臉部或眼睛周圍，應立即就醫，切勿延誤治療黃金期。



健康是每天為自己累積的長期投資

預防永遠勝於治療。50 歲後的健康管理，就從今天多吃一口彩虹蔬果、多睡一小時、一次散步，以及一次諮詢醫師開始，為自己建立完善的健康防護網。

為什麼受到重視？

含氫水

從每天都要喝的水

開始認識「分子氫」

小小的『H₂』是含氫水的關鍵

「氫」是大家在化學課本中很熟悉的元素。而含氫水所談的，是由兩個氫原子組成的分子氫『H₂』。分子氫無色、無味，單靠肉眼或口感，其實無法判斷水裡是否含有氫。

所以，認識含氫水時，不能只看「喝起來有沒有不一樣」，而是要進一步了解產品所提供的含氫資訊與規格。含氫水的特色，看不到、聞不到，卻可以透過產品資料來了解。

含氫水的重點，不只是「把氫放進水裡」

氫分子很小，因此含氫水和一般飲用水相比，多了一個重要課題：如何讓分子氫留在水中，直到真正飲用的時候。因此，含氫水除了「有沒有氫」，還需要考量許多實際條件，例如：

含氫濃度 包裝方式 密封性 保存條件 開封後飲用方式

也就是說，一包含氫水背後，看似只是「水」，其實還有許多產品設計上的考量。

含氫水，讓日常喝水多一個新選擇

健康生活不一定要做得很複雜。很多時候，真正能長久持續的，反而是每天本來就會做的事情。喝水，就是其中之一。含氫水最大的特色，就是它不需要改變「喝水」這件事本身。仍然是打開、飲用、補充水分，只是多了一種不同的飲水選擇。

對忙碌的現代人來說，越簡單、越容易融入生活的選擇，也越有機會成為每天的習慣。

從含氫水，到活美

當大家開始認識含氫水，下一個問題自然就是：市面上的含氫水，有什麼不同？除了含有分子氫之外，真正影響使用體驗的，還包括產品是否方便攜帶、是否需要設備、包裝是否容易使用，以及能不能配合每天的生活節奏。

活美採用獨立袋裝形式，已經完成製造與包裝，開封即可飲用。讓「含氫水」不只是科技名詞，而是真正可以帶進生活中的飲用水。

活美，一枝獨秀的關鍵在哪裡？

3.3 ppm 官方資料清楚揭示含氫規格

公司官方網站提供的活美產品資訊中，揭示了 3.3 ppm 的含氫濃度，讓消費者在認識產品時，可以進一步了解活美的含氫規格。這讓產品特色不只是形容詞，而是有更具體的資訊可以認識。

鋁袋包裝 配合含氫水特性而設計

氫分子很小，因此，含氫水在包裝上需要特別考量保存需求。活美採用鋁袋包裝，正是針對產品特性所做的設計之一。鋁袋具有良好的阻隔特性，搭配密封形式，讓含氫水從製造完成到消費者飲用之前，有適合產品特性的保存方式。所以，活美的鋁袋並不只是為了外觀。包裝本身，就是活美產品設計的一部分。

即開即飲 把複雜留在製造端， 把簡單留給使用者

有些含氫水需要透過機器或設備現場製作，使用前還要經過操作與等待。活美則已經完成製造與獨立包裝。對使用者來說，方式非常直接：拿一包、打開、就能喝。不用安裝設備，不用操作機器，也不用等待製作完成。科技可以很複雜，但真正好的使用體驗，應該是簡單的。這正是活美很鮮明的一項優勢。

活美的特色，就在於把含氫水從「概念」，變成簡單、清楚、容易使用的日常產品。

從含氫規格到使用方式

每一個細節都更貼近日常

同樣都是含氫水，真正的差別，不只是「有沒有氫」。對每天實際飲用的人來說，更重要的是：

產品資訊
不清楚？

保存方式
適不適合？

使用起來
方不方便？

能不能真正
帶著走？

獨立袋裝

想喝的時候，隨手一包

每天喝水的地方，不會只有家裡。上班、開會、外出、旅行、運動或長途移動，都是補充水分的時候。活美採用獨立袋裝形式，能直接放進隨身包、工作袋或行李中。不需要另外準備容器，也不必被固定設備限制。從固定地點走向行動生活，讓含氫水可以跟著人一起移動。這是「即飲型含氫水」很實際的便利性。

一包一次 使用方式更簡單

獨立包裝還有一個很直觀的優點：一次取用一包，不需要從大瓶容器反覆倒取，也不需要另外分裝。對使用者來說，整個流程很簡單：拿取→開封→飲用。喝完後軟袋體積也能縮小，收納與整理更方便。很多時候，真正讓產品被持續使用的，不一定是多麼複雜的功能，而是這些每天都會遇到的小細節。

活美的優勢，是「完整」

如果只看單一條件，活美是一款含氫水。但把產品特色放在一起，就能看見它的完整性：

- ★官方資料揭示 3.3 ppm 含氫濃度
- ★鋁袋包裝，配合產品保存特性
- ★即開即飲，不需要另外製作
- ★不需機器設備，使用方式簡單
- ★獨立袋裝，方便隨身攜帶
- ★喝完容易收納，更符合行動生活

從含氫規格，到真正拿在手上的使用體驗，活美思考的不只是一包含氫水，而是「怎麼讓人更簡單地喝到」。

活美一枝獨秀，不只在於「水中有氫」，更在於把含氫水的每個細節，都做得更貼近生活。

含氫水受到重視，
不只是因為「氫」，更
因為它讓每天喝水，多
了一種新的選擇。

水，是每天生活中最基本、也最離不開的補充。隨著健康意識提升，大家對「喝水」的關注，也不再只是一天喝多少，開始進一步認識不同飲用水的特色。近年受到關注的「含氫水」，簡單來說，就是：水中含有分子氫『H₂』的飲用水。它仍然是水，卻因為多了「分子氫」這項特色，讓喝水有了另一個可以認識與選擇的方向。而活美，就是將「分子氫」融入日常飲水的一項含氫水產品。

讓服務更靠近每一位會員

數位力升級



三大核心服務

讓資訊、學習與服務一次到位

數位時代改變的不只是生活方式，也改變了我們取得資訊、學習與經營事業的方法。環貫綠佳利持續優化數位服務，從日常資訊查詢、學習內容，到會員服務支援，透過三大核心數位工具，讓會員不受時間與地點限制，更快速掌握需要的資訊，也讓日常經營更便利、更有效率。

需要的服務，隨時都能掌握

數位櫃檯 | 日常操作更便利

從會員日常使用需求出發，將常用功能整合至數位平台，讓資訊查詢與相關操作更加便利。透過手機就能快速掌握需要的內容，減少等待與往返時間，讓會員在日常使用與事業經營上，多一個方便又實用的數位工具。



把重要資訊，隨時帶在身邊

數位秘書 | 資訊整理更有效率

經營事業最怕的不是沒有資訊，而是資訊很多，需要時卻找不到。數位秘書協助整合公司相關資訊、學習內容與實用素材，讓會員在需要複習、查找或分享時，可以更快找到需要的內容，提升資訊運用效率。

科技讓服務更快，溫度讓連結更深

數位化，不是取代服務，而是讓服務延伸得更遠

環貫綠佳利持續從會員需求出發，透過數位工具讓資訊更即時、學習更便利、服務更完整。從「找得到資訊」，到「用得上資訊」，再到「需要時有人協助」，三大核心服務共同打造更便利的會員體驗。數位櫃檯+數位秘書+數位服務中心，讓服務更即時、資訊更到位、經營更有效率。科技縮短的是距離，服務拉近的是彼此的連結。

用得上
資訊找得到
資訊需要時
有人協助

線上線下串聯，服務更加完整

數位服務中心 | 服務不受距離限制

好的服務，不只是現場有人協助，更重要的是當會員有需要時，都能找到適合的服務管道。透過數位服務中心，讓線上與實體服務彼此串聯，提升資訊取得與問題處理的便利性，也讓會員無論身在何處，都能更容易與公司保持連結。

2027 GO TO
FESTA沉浸式成功行程
等你一起出發！2026年9月1日
正式開跑！在前進的路上
一起留下歡笑時刻

沿途的合影、交流與歡笑，讓伙伴在輕鬆互動中拉近距離、培養默契。這些共同經歷的快樂時刻，不僅成為日本研修的珍貴回憶，也為未來並肩前行增添力量。



2027 GO TO FESTA

五天四夜研修獎勵

(預計2027年10月前後；行程包含機票+住宿+公司+工廠+年會+晚宴)

2026/9/1 ~ 2027/2/28日

介紹人

a. 環貫綠佳利登錄之會員/自主創業家
b. 且為自主創業+Club成員

新入會者 為環貫綠佳利登錄之會員/自主創業家

累積分數

2,500分

1,500分

800分

招待補助

全額招待1名

團費補助30,000元

團費補助15,000元

【挑戰內容】挑戰期間內，推薦以下創業方案（含BC）入會，介紹人即可獲得相對應分數。分數以名義計算達成名額無上限

分數計算方式：*以下的P為商品點數，簡稱P

創業方案	推薦BC001位置		推薦BC位置		互助分數	介紹人的介紹人	
	1+11 1+11B	1+5 1+5B	1+11 1+11B	1+5 1+5B		1+11 1+11B	1+5 1+5B
20,000P	300分	150分	260分	130分		130分	65分
15,000P	220分	110分	200分	100分		100分	50分
10,000P	132分	66分	120分	60分		60分	30分

例：A自己推薦有200分，他的直接介紹B推薦了C-001喚活1+11方案，B可獲得220分；A可獲得100分

※註一 互助分數：活動期間內需有直推分數；

推薦BC001，介紹人的介紹人可獲得互助分數，

若自己的分店介紹新入會(限001)，分數則由自己BC001的介紹人領取

注意事項

- 達成後因個人因素無法參加者所達成之所有名額皆視同放棄，如達成多個名額，且本人成行，其餘名額皆可轉讓（被轉讓者限會員），未使用完之名額亦視同放棄，不另受理折抵現金或商品等之要求。
- 所有招待之獎勵活動項目，以公司安排為主，若有其他個人之消費或個別要求所產生之費用，應由達成者本人自行負擔。
- 達成者填寫報名表同意前往後，若因可歸責於己之事由而無法前往時，已產生之必要費用及損失由達成者本人負擔。
- 方案變更申請為5天內，逾期者恕不接受分數回溯；分數計算後，如產生解約退費則將扣回其分數。
- 活動結束後若因退貨、解約、變更方案或任何其他因素而影響達成標準時，環貫綠佳利公司將追回相關費用。
- 環貫綠佳利公司保有取消、修改、解釋活動內容之權利，若有未盡事宜公司將另行公佈。
- 依國家所得稅法規定，營利事業招待經銷商或客戶國內外旅遊，應依所得稅法第89條第3項規定列單申報主管稽徵機關及填發免扣繳憑單予接受旅遊招待之經銷商或客戶，該等經銷商及客戶亦應相對列報「其他收入」或「其他所得」，併計營利事業所得額或綜合所得總額，課徵所得稅。
- 分享環貫綠佳利事業及產品時，請遵守法規，保障自身權益。