

# 2024年銀髮友善食品評選辦法

2023.12.07

## 壹、目的

農業部為擴大臺灣農產食材應用面，協助銀髮友善食品產業發展，並以市場導向引領研發及技術應用與升級，由財團法人食品工業發展研究所主辦(以下稱主辦單位)，擬邀集臺灣有意發展銀髮友善食品之廠商參與產品評選與推廣活動，以開創便利性鮮食及新方向，拓展臺灣銀髮友善食品新產品/新市場/新服務。為表彰與鼓勵業者以Eatender產品為載體，與上游或/及下游業者跨域共創與擴大銀髮友善生態圈，發揮與創造1+1>2效益，將跨域共創獎自去年產品層級調整至廠商層級。

## 貳、2024年銀髮友善食品評選

### 一、活動期程

- (一) 報名時間：2024年1月1日至2024年3月8日，逾期恕不受理。
- (二) 入選評選結果公佈：2024年5月初。
- (三) 獎項評選結果公佈：2024年6月初。

### 二、報名資格

#### (一) 參賽廠商資格

1. 登記證明：具合格工廠登記證或公司登記證明文件、商業登記證、農產品初級加工場登記證、農業用地作農業設施容許使用同意書等證明文件。
2. 品管證明：製造工廠須符合食品工廠建築及設備設廠標準與食品良好衛生規範(GHP)、食品安全衛生管理法之規定，並於TFDA非登不可平台進行登錄。具CAS、HACCP、TQF、SQF、FSSC 22000、ISO 22000、農產品產銷履歷、有機農產品驗證等產品相關品質證明佐證資料者更佳。小型地方特色產品廠商可提供產品自主管理計畫書、產品安全與品質聲明書及食品業者投保產品責任險相關證明文件，以確保食品原料、製程、產品品質有合宜之管控。

#### (二) 參選產品資格

1. 須使用臺灣在地農產食材為原料，且符合食品安全衛生規範。
2. 以零售或業務用通路為銷售對象之包裝食品，具啟封辨識性、延長保存期限、密封性、可擴大販賣範圍。
3. 僅限已在實體或虛擬通路流通販售者(於2024年3月8日前上市流通)，暫不受理開發中或未販售之產品。
4. 凡已獲選之銀髮友善食品，主辦單位將不受理相同產品之報名。

### 三、報名方式

- (一) 每家參賽廠商報名以5項產品為限。
- (二) 須於報名截止前至報名系統(<https://eatender.firdi.org.tw/event/contest>)填寫產品資料，並上傳同意書及相關證明文件完成報名程序，如因資料不全、

錯誤，導致主辦單位無法判讀或聯繫即視同放棄資格。

- (三) 第二階段評選時，每項報名產品皆須提供15份產品供審查作業之用(若該產品組成較複雜，會因質地量測需求增加產品提供數量)，經主辦單位確認報名資格符合者，將以電子郵件告知寄件資訊，請以掛號郵寄或快遞寄送至主辦單位，未完整提供者等同放棄參選資格，其保存期限低於14天者，請先與主辦單位聯繫後再寄出產品。

四、報名費用：免費。

五、審查作業

由主辦單位邀集品質管理、食品加工、營養醫護、咀嚼吞嚥、安養照護、包裝設計、銷售通路、媒體等領域專家組成評選委員會，針對產品生產品質管理及銀髮友善性等予以評選，評選分為三階段。

(一) 第一階段(資格審查)

1. 具備登記證明與品管證明相關文件。
2. 通過審查者即可進入第二階段評選。

(二) 第二階段(入選評選)

1. 評選方式：依廠商提出之產品報名資料及產品實體進行評選，由委員會評選錄取獲「2024年銀髮友善食品」。得分排名前30名產品將進入第三階段獎項評選(獲選產品數由評選委員會視情況調整之)。
2. 評選基準：

銀髮友善食品評選基準	
評分項	說明
銀髮友善性(100分)	營養機能(37.5分) 1. 產品營養設計貼合長者需求，單次食用建議量之熱量及營養素比例與產品類別(見附件一)相呼應(如主食(碳水化合物為主)、主菜(蛋白質為主)等。 2. 產品包裝上營養標示每一份量與系統填寫每人每餐次建議食用量相符。 3. 含有益長者生理機能維持之適量營養素(如蛋白質、維生素、礦物質、膳食纖維等)，且產品宣稱訴求合宜。 4. 減少使用化學合成添加物，含鈉量不宜過高。 5. 符合銀髮友善食品營養友善標示規範(見P.5-6)為優。
	質地特色(37.5分) 1. 各項食材質地(如硬度、黏度)均一，且食品於供餐時質地穩定。 2. 具長者食用安全性： (1) 不得含有不可食成分(如骨頭、魚刺及果核等)。 (2) 不宜含有堅硬具韌性質地成分(如硬堅果、粗韌纖維等)。

		<p>(3) 不宜含有乾柴、散碎等難以成食團之成分。</p> <p>(4) 液體質地宜滑順均勻。</p> <p>3. 維持食物良好風味與外觀。</p> <p>4. 符合銀髮友善食品Eatender質地分級區分規格(見附件二)為優。</p>
	<p>包裝備餐 (25分)</p>	<p><b>1.包裝標示溝通友善性：</b></p> <p>(1)內容易讀：依資訊重要性，搭配字體大小與背景顏色對比，輔以區塊式呈現，以增進易讀性。</p> <p>(2)開口標示：開口部分建議以具對比之顏色、明顯文字、易閱讀之標示做註記。</p> <p>(3)圖示解說：利用圖示說明備餐程序及建議食用方式，以利長者快速理解。</p> <p><b>2.包裝安全及易用性：</b></p> <p>(1)安全性：產品包裝應符合包材及保存安全性。</p> <p>(2)握持性：產品包裝形狀應適合整體重量和尺寸，以利拿取握持，並有防滑等設計。</p> <p>(3)開封性：封口完整，易於開封。</p> <p>(4)分裝性：多人份產品搭配分次使用小包裝或啟封保存便利設計(如夾鏈袋、附密封蓋罐子等)</p> <p>(5)取用性：非供單次食用產品(如鬆類等)宜內附量器(匙)以便取用攝食。</p> <p><b>3.備餐便利性：</b></p> <p>程序簡便、易操作且搭配性高，提供合宜烹調方式指引。</p>
	<p>新產品加分項(+10分)</p>	<p>為鼓勵廠家投入銀髮友善食品研發，凡於 2023年3月7日至2024年3月8日上市之新型態產品、改良新品或新包裝型態產品參加評選，經審核可獲總分額外之加分，最高以10分計。</p>

3. 結果通知：主辦單位將以電子郵件通知獲選者。

(三) 第三階段(獎項評選)

1. 評選方式：由第二階段排名優異之獲獎廠商進行產品簡報介紹，指派人員至評選會議地點進行調理製備提供試吃品評，並接受詢答。
2. 產品寄送：進入獎項評選之廠商須依主辦單位會議通知，於一週前提供產品簡報與10份完整包裝產品和足夠評審品評之數量(以信件通知)，請以掛號郵寄或快遞宅配至主辦單位，未完整提供者等同放棄參選資格。
3. 評選基準：

銀髮友善食品獎項評選基準	
評分項	說明
銀髮友善亮點(50分)	產品基於長者飲食需求所進行的加工技術、營養設計、食材選擇、品質管理、操作方式、包裝設計等面向之創新或調整設計概念。
市場潛力(20分)	產品於臺灣銀髮餐食市場定位、目標客群與行銷推展等面向之市場潛力。
試吃品評(30分)	產品口感、外觀及風味呈現貼近長者飲食需求。

4. 獎項說明：

獎項名稱	說明
銀髮友善食品金饌獎	總分第一名至第三名者。
銀髮友善食品質地友善獎	使用適宜加工技術生產，食品質地均一與穩定，於適口大小經咀嚼、壓碎混合可成濕潤食團，符合長者飲食型態並具良好風味與外觀，且產品質地等級需符合質地友善性任一等級。
銀髮友善食品營養友善獎	配合產品類別特徵，原配料善用食材特性(如本身具營養機能性、全物利用等)、無/少添加，投入合宜加工技術，並搭配適合分量，成分貼合長者營養補給需求且產品設計具創新性，營養宣稱符合「包裝食品營養標示應遵行事項」法規規範及銀髮友善食品營養友善標示中相關營養素規範。
銀髮友善食品包裝友善獎	包裝設計最具銀髮友善性(易開啟、具保存便利性、圖文資訊正確易讀、包材具安全性)者且具創新性。
銀髮友善食品商業潛力獎	最具商業價值及發展潛力等新穎性特色者。
銀髮友善食品食材創新獎	為鼓勵業者多元利用在地特色食材、增加國內農產副產物及格外品的利用率，產品需使用國產農產原料且比例達30%以上，展現創新產品型態之加工應用。

註1：各獎項由委員會擇優頒發，獲選名額得由評選委員會視實際評選彈性調整。

註2：食材創新獎之食材須為可供食品使用之原料。

六、獲選產品之權利與義務

入選績優產品皆可獲農業部補助，免費參與下列產品推廣活動。

(一) 授予標示

1. 授予使用特定廣宣文字：獲選產品得以使用特定廣宣文字，如：產品名稱獲選農業部指導食品工業發展研究所主辦之2024年銀髮友善食品或產品名稱榮獲農業部評選之2024年銀髮友善食品。獲選銀髮友善食品之產品廠商及合作銷售通路得提出申請，經主辦單位查核並授權同意後得使用。期程為申請完成日至隔年年底，如欲延長使用期間須

於每年11月提出申請，然為與不同年度銀髮友善評選產品區隔，廣宣內容須標註獲選年份。

2. 使用銀髮友善食品標誌與標準字：獲選產品可提出「銀髮友善食品標誌與標準字」(見圖 1-2)使用申請，該標誌不得用於表彰企業或該企業未獲選產品，且須依「銀髮友善食品獲選產品標誌與標準字使用規範(見附件三)」使用。

	 銀髮友善食品  Eatender  與你同在的好食光  高年級生的在地饗宴
圖1 銀髮友善食品標誌	圖2 中/英文標準字

3. 授予使用銀髮友善食品質地友善標示：獲選產品可提出「銀髮友善食品質地友善標示」(見圖 3-5)之使用申請，該標示不得用於表彰企業或該企業未獲選產品，標示等級須依「銀髮友善食品 Eatender 質地分級區分規格(見附件二)」判定結果而定。



圖3、銀髮友善食品質地友善標示 (A版)



圖4、銀髮友善食品質地友善標示 (B版)



圖5、銀髮友善食品質地友善標示 (C版)

4. 授予使用銀髮友善食品營養友善標示：獲選產品可提出「銀髮友善食品營養友善標示」之使用申請，該標示不得用於表彰企業或該企業未獲選產品。相關營養素規範如下：
  - 產品符合以蛋白質及熱量為標的，符合每100公克(毫升)含有100大卡熱量以上，且每100公克固體含6公克以上蛋白質或每100毫升液體含3公克以上蛋白質，並提具相關檢驗報告或證明文件，經審核授予銀髮友善食品營養友善標示。
  - 產品符合以膳食纖維為標的，符合每100公克固體含3公克以上

膳食纖維或每100毫升液體含1.5公克以上膳食纖維（見附件五）。

- 產品符合以鈣為標的，符合100公克固體含180毫克以上鈣或每100毫升液體含90毫克以上鈣（見附件五）。

#### (二) 質地友善性輔導

1. 依「銀髮友善食品 Eatender 質地分級區分準則」，提供產品質地等級。
2. 銀髮友善食品質地友善標示者，具分級標示產品之質地品質管理程序優先輔導資格。
3. 獲獎項業者，具銀髮友善食品質地分級輔導優先資格。

#### (三) 餐食共創設計輔導

獲獎項業者並申請銀髮友善食品 Eatender 標誌者，具銀髮餐食共創設計工作坊輔導優先資格。工作坊將視業者需要，提供特定產業趨勢及新產品案例、鎖定目標居家長者或孝親族群飲食需求，著手產品及服務創新設計與優化。

#### (四) 銷售通路專區設立與串流媒合

1. 申請產品標示 Eatender 者，具通路 Eatender 專區與行銷推展優先推薦資格。
2. 提供銀髮友善食品 Eatender 資料庫銷售通路串流服務，協助銷售。
3. 提供通路媒合服務，促進廠商得獎產品於合作銷售場域販售機會。

#### (五) 行銷推廣

1. 於食品展辦理產品發表活動：為提升銀髮友善食品獲選產品的曝光度，主辦單位將於6月台北國際食品展臺灣館協同廠商設立銀髮友善區，並設攤展示2024年銀髮友善食品獲選產品與進行相關推廣活動等帶動產業鏈交流互動，促進媒合機會發掘商機。
2. 舉行頒獎儀式：主辦單位將安排於食品相關研討會或展覽等場合公開表揚與頒獎。
3. 授權使用 Eatender 相關行銷素材(如 Eatender 動畫、食譜、影片等)。
4. 發布獲選產品新聞稿與宣傳品：農業部發布獲選產品新聞稿、主辦單位於銀髮友善食品網站與財團法人食品工業發展研究所官網公開刊登獲選產品資訊並製作宣傳品，主動提供食品或長照產業關聯之公協會機關團體協助發放與宣傳。
5. 活動網頁曝光：獲選2024年銀髮友善食品發布於評選活動網頁，提供大眾檢索，並收錄至農業部銀髮友善食品 Eatender 資料庫。
6. 年度推廣活動內容包括獲選產品廣宣、頒獎、產品展示、試吃體驗、媒合等，亦會視資源機動調整，建議參考歷年活動內容(見附件六)。

(六) 獲選產品之義務：適當協助主辦單位相關推廣活動之進行，例如：產品宣傳資料提供、推廣影片拍攝、產品試吃活動、產品設攤等。

### 七、入選產品優化審查申請

因品名異動、產品優化、原物料調整等因素可申請異動，經審查通過後，獲入選產品相關之權利。

- (一) 生產品質管理(如生產線移至新廠、新通過認證、代工廠異動等)
- (二) 營養成分(如原料異動、配方異動等)
- (三) 質地(質地調整優化)
- (四) 包裝份量(如份量異動、包材材質異動、包裝設計異動等)

#### 八、注意事項

- (一) 參加者請詳閱評選辦法且遵守各項規定及要求。
- (二) 參加者須負責報名填寫資料正確性，如資料錯誤影響評選資格與獲選產品之權利，不得提出異議。
- (三) 參賽產品如有下列情形之一並經查證屬實者，除依相關法規處理，並取消參賽資格暨追回已頒發之獎狀、獎座、Eatender標誌與質地友善標示授權、補助金及本活動所提供之相關權利：
  - 1. 參賽及獲選產品經查所使用原料非為臺灣在地農產作物。
  - 2. 參賽及獲選產品經人檢舉侵害他人智慧財產權或著作權相關法令。
  - 3. 參賽及獲選產品檢舉涉及違反食品衛生相關等法規。
  - 4. 參賽及獲選產品後續商品銷售或推廣作為，有損主辦單位及該評選之形象精神或其他權益，應自負法律責任。
- (四) 參加者於報名及評選所提供之相關產品，恕不退件。
- (五) 凡參加者均視為認同並接受本活動辦法之各項規定，本活動辦法若有未盡事宜，主辦單位保留變更本活動辦法或本活動推廣措施之權利。

#### 參、2024年銀髮友善食品跨域共創獎

為促進國產農產多元應用，鼓勵國內食品業者採用國產食材進行加工增值，並與零售通路、醫療安養機構、餐飲服務等產業共創，以銀髮族群飲食需求為核心發展產品，拓展供應型態、銷售通路、服務模式，在跨域共創下於農食原料、產品開發、行銷布局具突破性之創新作為，自產品層級調整為廠商層級進行跨域共創獎評選。

##### 一、活動期程

- (一) 報名時間：2024年1月1日至2024年3月8日，逾期恕不受理。
- (二) 評選結果公佈：2024年5月初。

二、報名資格：歷年獲選Eatender產品之廠商。

##### 三、報名方式

須於報名截止前至報名系統(<https://eatender.firdi.org.tw/event/cdc>)填寫報名資料，並上傳同意書及相關證明文件完成報名程序，如因資料不全、錯誤，導致主辦單位無法判讀或聯繫即視同放棄資格。

四、報名費用：免費。

##### 五、審查作業

- (一) 第一階段：書面審查

主辦單位針對廠商提出之報名資料進行跨域共創符合性審查，符合者進入第二階段。

## (二) 第二階段：獎項評選

進入第二階段廠商於獎項評選，進行跨域亮點簡報介紹，獎項由委員會擇優頒發，獲選名額得由評選委員會視實際評選彈性調整。

1. 策略聯盟及作為(50分)：參賽單位與共創單位經策略聯盟，改變現有經營模式，擴大長者飲食服務，並促進農食產業生態效益(如增加產量、地產地銷、產銷鏈結等)之概念說明。
2. 跨域共創亮點(50分)：在跨域共創下於農食原料、產品開發、行銷布局具突破性之創新作為。

## 六、獲獎權利與義務

獲選跨域共創獎項參賽單位及共創單位，皆可獲農業部補助免費參與下列活動推廣：

### (一) 餐食共創設計輔導

獲獎項業者參賽單位及共創單位，具銀髮餐食共創設計工作坊輔導優先資格。工作坊將視業者需要，提供特定產業趨勢及新產品案例、鎖定目標居家長者或孝親族群飲食需求，著手產品及服務創新設計與優化。

### (二) 銷售通路專區設立與串流媒合

1. 具通路 Eatender 專區與行銷推展優先推薦資格。
2. 提供銀髮友善食品 Eatender 資料庫銷售通路串流服務，協助銷售。
3. 提供通路媒合服務，促進廠商得獎產品於合作銷售場域販售機會。

### (三) 行銷推廣

1. 於食品展辦理產品發表活動：為提升銀髮友善食品獲選產品的曝光度，主辦單位將於6月台北國際食品展臺灣館協同廠商設立銀髮友善區，並設攤展示2024年銀髮友善食品獲選產品與進行相關推廣活動等帶動產業鏈交流互動，促進媒合機會發掘商機。
2. 舉行頒獎儀式：主辦單位將安排於食品相關研討會或展覽等場合公開表揚與頒獎。
3. 授權使用 Eatender 相關行銷素材(如 Eatender 動畫、食譜、影片等)。
4. 發布共創新聞稿與宣傳品：農業部發布共創新聞稿、主辦單位於銀髮友善食品網站與財團法人食品工業發展研究所官網公開刊登獲選產品資訊並製作宣傳品，主動提供食品或長照產業關聯之公協會機關團體協助發放與宣傳。
5. 年度推廣活動內容包括獲選產品廣宣、頒獎、展示、試吃體驗、媒合等，亦將視資源機動調整，可參考歷年活動內容(見附件六)。

(四) 獲選義務：適當協助主辦單位相關推廣活動之進行，例如：宣傳資料提供、推廣影片拍攝、媒合活動等。

## 七、注意事項

- (一) 參加者請詳閱評選辦法且遵守各項規定及要求。
- (二) 參加者須負責報名填寫資料正確性，如資料錯誤影響評選資格與獲選產品之權利，不得提出異議。
- (三) 獲獎者如有不良、不實或違法之情事則予以取消資格，不得行使本活動所提供之權利。
- (四) 參加者於報名及評選所提供之相關產品，恕不退件。
- (五) 凡參加者均視為認同並接受本活動辦法之各項規定，本活動辦法若有未盡事宜，主辦單位保留變更本活動辦法或本活動推廣措施之權利。

#### 肆、活動聯絡方式

##### 【報名聯繫】

聯絡人：財團法人食品工業發展研究所「銀髮友善食品研究團隊」劉亭毓小姐

地址：300193 新竹市食品路331號

電話：03-5223191轉分機790

電子信箱：tyliu@firdi.org.tw

##### 【產品寄送】

聯絡人：財團法人食品工業發展研究所「銀髮友善食品研究團隊」林冶融小姐

地址：300193 新竹市食品路331號

電話：03-5223191轉分機755

電子信箱：yjlin@firdi.org.tw

附件一、銀髮友善食品產品類別說明表

類別	定義說明	建議營養組成基準	產品範例
主食	以碳水化合物為主，可提供飽足感，為全穀類、根莖類等富含澱粉的產品	每單次食用建議攝取量，所含之熱量介於 200-500 大卡，來自碳水化合物之熱量佔比 50%(含)以上	飯食、麵食等
主菜	以蛋豆魚肉類為主，具足夠分量並可提供一餐中主要的蛋白質與油脂來源	每單次食用建議攝取量，所含之蛋白質高於(含)14 公克	肉排、魚排、肉丸等
配菜	以份量較小蛋豆魚肉類或蔬菜類供餐，或混合二種類之菜餚	每單次食用建議攝取量，所含之熱量不高於 150 大卡	混炒菜餚(如番茄豆腐、魚香茄子、彩椒雞丁)、肉鬆、蒸蛋等
湯品	常與正餐搭配食用，水分比例高，多為鹹式調味	每單次食用建議攝取量，所含之鈉含量低於 800 毫克，另高於(含)400 毫克者應標示「產品每日建議攝取量 00 公克/毫升，所含鈉含量為每日鈉建議攝取量之 00%，請注意攝取」等類似等同詞句	魚湯、雞湯、燉品等
乳品	以生乳、鮮乳或其他乳製品為原料製成之產品	乳成分含量大於 50%	鮮乳、保久乳、乳飲品、發酵乳、起司等
飲品	除液態乳之外，可直接飲用或沖調後飲用的液體產品	每單次食用建議攝取量，所含之外加精製糖不得高於 25 公克(每日糖建議攝取量 1/2)，另外外加精製糖高於(含)8 公克者(每單次外加精製糖含量 1/3)應標示「產品每日建議攝取量 00 公克/毫升，所含外加精製糖量為每日糖建議攝取量之 00%，請注意攝取」等類似等同詞句	果汁、穀豆漿、茶、沖泡飲等
點心	熱量較主食低、份量較小，食用時機多在三餐間隔，可補充正餐不足及具補充營養素之功用	每單次食用建議攝取量，所含之熱量介於 100-300 大卡	粥品、湯包、甜湯、麵包等
休閒食品	閒暇時解嘴饞之食品	每單次食用建議攝取量，所含之鈉含量低於 800 毫克，且外加精製糖不得高於 25 公克	肉乾、果乾、膨發食品等
RTC 食材	經前處理可便利烹調之即煮食材(非熟品)	依照其成品類別為營養基準依循	生鮮雞肉片、生鮮魚切片、截切蔬菜等
調味品	用於強化食品香氣及嚐味之調味醬料	每單次食用建議攝取量，所含之鈉含量低於 800 毫克	抹醬、風味調味料等

餐食	以飯麵或其他主食為主原料，佐以禽畜、水產、蔬菜等調理菜餚，經配膳組合(或混合拌炒)之產品(須符合 HACCP 規範且標明營養標示)。	每單次食用建議量之熱量介於 400-800 大卡，且蛋白質 20 公克(含)以上，或每日食用建議量達 1300-2150 大卡*，且蛋白質 60 公克(含)以上	便當、盒餐、鍋物炒飯、燴飯、燉飯水餃等
其他	難以歸類至上述類別或具特定保健功能的非膠囊錠劑產品	-	雞精、魚精、益生菌軟糖、高湯等

備註：\*1300-2150 大卡為根據第八版 DRIs 中，71 歲以上長者建議攝取量

附件二、銀髮友善食品 Eatender 質地分級區分規格表

Eatender銀髮友善食品質地分級規格

版本：2023/10

分級名稱	定義	性狀	物性規格 硬度上限值 (N/m <sup>2</sup> )	感官 區分
容易咀嚼	須使用牙齒咀嚼，無法以舌頭壓碎，但咀嚼易細化成食團，其硬度為可容易咬斷咬碎或磨碎的程度	一般食品的外觀及味道，且不得含不可食部分(如骨頭、魚刺及果核等)及堅韌耐咀嚼之質地成分如:纖維、堅果、軟骨等	5×10 <sup>5</sup>	以餐叉側面可將食品切斷，且以餐叉齒部下壓食品時，食品形狀改變，拿起餐叉後，食品不會恢復原狀
牙齦咀嚼	僅須輕微咀嚼，無法以舌頭輕易壓碎，食品濕潤、柔軟，可以牙齦輕易破壞食品，其硬度介於「容易咀嚼」與「舌頭壓碎」中間程度	一般食品的外觀及味道，且不得含不可食部分、堅硬質地成分以及堅韌耐咀嚼不易壓碎分散之穀物麩皮、種皮等	5×10 <sup>4</sup>	以餐叉側面可將食品切成1.5×1.5公分以下的食塊，且以餐叉齒部下壓時，食塊自叉齒間隙擠出並可被壓穿
舌頭壓碎	食品可用舌頭輕易壓碎成食團吞嚥，其硬度為可以在舌頭和上顎之間被壓碎的程度	一般食品的外觀及味道，不能有明顯的離水/油情形。若為固態食品，其質地須能以舌頭破壞	固態: 2×10 <sup>4</sup> 半固態: 1×10 <sup>4</sup>	含細碎顆粒食塊須小於寬0.4公分x長1.5公分；以餐叉齒部下壓時，食品可被壓穿並自叉齒間隙擠出，形成寬度小於等於0.4公分之團塊；食品能被湯匙背面均勻塗抹開，且以湯匙舀起食品，經傾斜食品不黏會滑落，且極少量殘留於湯匙上；食品可被筷子夾起
無須咀嚼	食品無須咀嚼即可吞嚥	一般食品的外觀及味道，具均勻質地，不能有明顯的離水/油情形且不能含有顆粒	固態: 5×10 <sup>3</sup> 半固態: 3×10 <sup>3</sup>	以餐叉盛起後可堆疊於叉齒上慢慢流出但不滴落；以湯匙舀起、傾斜時；食品成團滑落且在湯匙上留下極少量食物殘留

食品質地分級將考量硬度上限值及感官區分結果，綜合評估而訂定。

如食品會儲存後自然產生離水現象，須加註「食用前需去除水分」之警語、或以建議使(食)用方式減除離水現象

附件三、2024 年銀髮友善食品獲選產品標誌及標準字使用規範

財團法人食品工業發展研究所  
銀髮友善食品研究團隊

- 一、為利於銀髮友善食品之廠商進行產品推廣，提升消費者認知，促進銀髮食品產業製造端與需求端的活絡，獲選「2024 年銀髮友善食品」之產品廠商得提出申請，經主辦單位查核並授權同意後使用相關廣宣文案或銀髮友善食品標誌或標準字。產品如有包裝、文案等變更，應再次向主辦單位提出申請。銀髮友善食品標誌或標準字之使用，須符合 2024 年銀髮友善食品獲選產品標誌及標準字使用規範(如附件)，且主辦單位保留廠商付費後始得使用之可能。
- 二、獲選產品應以「標誌」或是「標誌搭配標準字」擇一方式進行宣傳
- 三、獲選銀髮友善食品之產品宣傳具標誌使用權  
(標誌使用規範請參考附件：Eatender 標誌使用規範)

使用方式 1：圖	使用方式 2：圖+文(橫式)	使用方式 3：圖+文(直式)
	 Eatender	 Eatender
	 銀髮友善食品	 銀髮友善食品
	 與你同在的好食光	 與你同在的好食光
	 銀髮友善食品 Eatender	 銀髮友善食品 Eatender
	 銀髮友善食品 與你同在的好食光	 銀髮友善食品 與你同在的好食光
	 Eatender 與你同在的好食光	 Eatender 與你同在的好食光
	 銀髮友善食品 Eatender 與你同在的好食光	 銀髮友善食品 Eatender 與你同在的好食光
	 Eatender 高年級生的在地饗宴	 Eatender

		
		

四、搭配標準字使用規範

(一) 獲選銀髮友善食品之產品僅限搭配以下標準字：

1. (產品名稱)獲選農業部指導食品工業發展研究所主辦之 OOOO 年銀髮友善食品
2. (產品名稱)榮獲農業部評選之 OOOO 年銀髮友善食品
3. OOOO 年銀髮友善食品獎
4. OOOO 年農業部銀髮友善食品獎
5. 農業部 OOOO 年銀髮友善食品獎
6. OOOO 年農業部評選獲獎產品
7. 農業部 OOOO 年評選獲獎產品

(二) 獲選銀髮友善食品各別獎項產品僅限搭配以下標準字：

1. (產品名稱)獲選農業部指導食品工業發展研究所主辦之 OOOO 年銀髮友善食品金饌獎
2. (產品名稱)榮獲農業部評選之 OOOO 年銀髮友善食品金饌獎
3. OOOO 年銀髮友善食品金饌獎
4. OOOO 年農業部銀髮友善食品金饌獎
5. 農業部 OOOO 年銀髮友善食品金饌獎

說明：底線標註獎項文字部分，可依廠商實質獲選產品獎項進行更替(文字替換方式如下表)。

序號	獎項	獎項(簡稱)
1	銀髮友善食品金饌獎	金饌獎
2	銀髮友善食品質地友善獎	質地友善獎
3	銀髮友善食品營養友善獎	營養友善獎
4	銀髮友善食品包裝友善獎	包裝友善獎
5	銀髮友善食品商業潛力獎	商業潛力獎
6	銀髮友善食品跨域共創獎	跨域共創獎
7	銀髮友善食品食材創新獎	食材創新獎

註：各獎項由委員會擇優頒發，獲選名額得由評選委員會視實際評選彈性調整。

(三) OOOO 應自行帶入該產品獲選年份。

(四) 本標準字不得單獨使用，且本標誌及標準字使用權僅適用於獲選及經申請核可產品，不得用於同系列相關未獲選及未經申請核可之產品宣稱。

- (五) 申請廠商之其他未獲選及未經申請核可之產品不得使用、模仿或利用隱晦、語意曖昧之文字描述造成消費者混淆。
- (六) 若獲選產品為組合性包裝產品，僅可標示於組合外包裝上，不得標示於組合包裝內之個別產品包裝上。

#### 附件四、2024 年銀髮友善食品獲選產品質地標示及標準字使用規範

財團法人食品工業發展研究所  
銀髮友善食品研究團隊

- 一、為利於銀髮友善食品之廠商進行產品推廣，提升消費者認知，促進銀髮食品產業製造端與需求端的活絡，獲選「2024 年銀髮友善食品」之產品廠商得提出申請，經主辦單位查核並授權同意後使用相關廣宣文案或銀髮友善食品質地標示或標準字。產品如有包裝、文案等變更，應再次向主辦單位提出申請。銀髮友善食品質地標示或標準字之使用，須符合 2024 年銀髮友善食品獲選產品質地標示及標準字使用規範(如附件)，且主辦單位保留廠商付費後始得使用之可能。
- 二、獲選產品應以「質地標示」或是「質地標示搭配標準字」擇一方式進行宣傳。
- 三、獲選銀髮友善食品之產品質地標示使用規範

1. 中文標準字是以華康圓體字型為主要架構，並加以修飾與調整，其外型、字體間距、各相對位置及比例，均經過精緻化及視覺修正，應用時不得任意更換及變形，以保持視覺一致性。
2. 標示與標準字之組合使用應視設計需求而定，但是任何情況下均不得任意更動標誌與標準字之比例、組合間之距離、位置等關係，以免形成不佳之視覺效果。
3. 依實際需求之大小作等比縮放時，放大使用無極大限制;但基本組合高度低於最小組合規範，即有模糊不明之虞，故為保持最佳視覺效果，縮小時不可小於最小使用極限(最小使用規範標誌高度不得小於 12mm)。



A. 標準字



B. 標準字反白



4. 英文標準字是以 Linotte 字型為主要架構，並加以修飾與調整，其外型、字體間距、各相對位置及比例，均經過精緻化及視覺修正，應用時不得任意更換及變形，以保持視覺一致性。
5. 標示與標準字之組合使用應視設計需求而定，但是任何情況下均不得任意更動標誌與標準字之比例、組合間之距離、位置等關係，以免形成不佳之視覺效果。

6. 依實際需求之大小作等比縮放時，放大使用無極大限制:但基本組合高度低於最小組合規範，即有模糊不明之虞，故為保持最佳視覺效果，縮小時不可小於最小使用極限(最小使用規範標誌高度不得小於 11mm)。



#### 四、獲選銀髮友善食品之產品質地標示組合使用規範

1. 本標示使用時須考量視覺獨立性及顯著性，以塑造鮮明印象，因此在任何時候之下使用，均應遵守本頁之規範，以免形成不良視覺效果。
2. 無背景色時，標示組合應為標準色。
3. 配合包裝印製用色需求，標示可整體統一以質地標準色進行使用。
4. 標示及圖樣的尺寸及長寬比可依包裝設計需求改變，只要不影響辨識即可。



## 五、獲選銀髮友善食品之質地標示標準色規範

1. 標準色彩是呈現品牌形象重要的關鍵，透過色彩系統的標準化，當大眾看到這些色彩的呈現，將自然的聯想到銀髮友善食品。
2. 不同媒介與材質都有可能導致色彩誤差，為確保色彩呈現的一致與準確性，無論是印刷或網路多媒體上的色彩運用，均有固定的色彩比例或指定的色票編號，應注意色彩的準確性，依實際狀況調整。
3. 容易咀嚼:標示顏色應以國際標準色卡(Pantone Matching System) 色票系統之表情 (137C、Orange 021C)和文字(Black)多色印刷。
4. 牙齦咀嚼:標示顏色應以國際標準色卡(Pantone Matching System) 色票系統之表情 (137C、Orange 021C)和文字(2935 PC)多色印刷。
5. 舌頭壓碎:標示顏色應以國際標準色卡(Pantone Matching System) 色票系統之表情 (137C、Orange 021C)和文字(172 PC)多色印刷。
6. 無須咀嚼:標示顏色應以國際標準色卡(Pantone Matching System) 色票系統之表情 (137C、Orange 021C)和文字(368 PC)多色印刷。

附件五、食品安全衛生管理法之「包裝食品營養宣稱應遵循事項」之「可補充攝取」  
中膳食纖維、鈣營養宣稱規範

第一欄所列營養素標示「來源」、「供給」、「含」或「含有」時，該食品每 100 公克之固體（半固體）、每 100 毫升之液體或每 100 大卡之液體所含該營養素量必須分別達到或超過本表第二欄第三欄第四欄所示之量。

第一欄	第二欄	第三欄	第四欄
營養素	固體(半固體) 100 公克	液體 100 毫升	液體 100 大卡
膳食纖維	3 公克	1.5 公克	1.5 公克
鈣	180 毫克	90 毫克	60 毫克

註:無特殊族群訴求適用

附件六、歷年銀髮友善食品推廣活動紀錄-1

年度	項目	說明
2023	產品資訊宣傳	於食品所官網、評選活動網頁、公協會網站及獲選產品新聞稿、宣傳品等公布獲選產品資訊。
	推廣活動與露出	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.參與台北國際食品展，設置展攤進行獲選產品展示並辦理頒獎典禮等相關活動，並導入 GoSky Chatbot 聊天機器人，設計遊戲化客製任務與參訪者進行互動，提升 Eatender 標誌認知度。</li> <li>2.參與 2023 年國衛院樂齡健康同樂匯活動，擔任協辦單位，並設展攤推廣 Eatender 銀髮友善食品及專區。</li> <li>3.參與 2023 年「樂。無齡博覽會」活動，擔任協辦單位，並首度南下設置展攤進行 Eatender 產品展示與推廣，促進 Eatender 認知度。</li> <li>4.參與心理腫瘤基金會「心裡有你 癌友同行」活動，擔任友癌夥伴，並優先以符合質地分規格並申請質地友善標示之 Eatender 產品為標的，進行每周 1-3 項產品介紹給癌友與導流，搭配相關文宣及活動露出，並於活動中邀請銀髮友善食品廠商(如鮮湧、聯夏、一米特、誠安和等)參與互動；平均每月社群按讚數超過 260 個，回響熱絡。</li> <li>5.參與 2023 年銀髮膳食產業發展趨勢論壇，擔任協辦單位，分享及推廣 Eatender 銀髮友善食品，並與現場與會來賓進行深度交流。</li> <li>6.與天下雜誌新成立平台「銀天下」(針對超高齡社會打造的跨域新知媒體平台)合作設立 Eatender 銀髮友善食品專欄，共同推展銀髮友善餐食。累計發表 2 篇文章，「如何讓高齡爸媽的食物更好吃、更溫柔、更營養？台灣新飲食運動：Eatender」、「如何開發銀髮友善食品？4 大重點，讓長輩喜歡吃、吃得好」。</li> <li>7.與 ĀnkēCare 創新照顧及漁業廣播電台兩家媒體合作，針對銀髮友善產品進行系列專題報導，計有 4 篇報導露出及 5 支系列專題節目，擴散 2023 年獲選產品營養、質地友善及使用便利及技術特性，與推廣國內水產原料發展銀髮友善食品優勢與特色，並促成好廚家企業社、Fun 心鮮蝦、聯夏食品工業股份有限公司受訪，說明產品開發歷程、品牌特色增進產品曝光度。</li> <li>8.參與國際農食產業論壇，並以 2023 年銀髮友善食品金饌獎產品，如一米特-米享樂(芝麻及花生口味)、鮮湧(松露百菇粥、粟米滑蛋粥)、聯夏-馬上好軟排系列，研發產品，</li> </ol>

		<p>如容易咀嚼半乾性香腸及肉乾、牙齦咀嚼蔥油雞等，以及樂食拼圖等軟體互動模擬等，進行銀髮高值化成果展示交流，拓展銀髮友善食品認知度。</p> <p>9.參與農業科專計畫聯合成果交流活動，推廣與食品所技轉合作的超秦企業股份有限公司(銀髮友善牙齦咀嚼之冷凍雞肉食材開發：蔥油雞/炙燒雞)及浩漢食品廠有限公司(常溫流通舌頭壓碎銀髮友善米食製程技術開發：米享樂產品)，技術服務之聯夏食品工業股份有限公司(符合舌頭壓碎等級並可對應牙齦咀嚼等級之常溫保存好食重組豬肉排開發:馬上好軟排)，分享參與契機、研究開發過程、成果及未來展望。同時也推廣符合 Eatender 質地友善性之四個質地等級之相關產品，望積極推動銀髮食品認知度及提高國產農產食材加值性。</p> <p>10.辦理 Eatender 專區發布會，觸及率達上萬人次以上，並在超過 15 家媒體(中央社、聯合報、經濟日報、工商時報、創新照顧等)及廣播電台(警廣、漁廣)網站上獲得 42 篇報導露出，促進 Eatender 認知。</p> <p>11.辦理花甲樂食農村送暖發布會，觸及率達上萬人次以上，並在超過 14 家網路媒體(工商時報、經濟日、中央社、台灣新生報、大紀元等)、2 家電視台(公視、人間衛視)、3 家廣播電台(教育廣播電臺、漢聲廣播、漁業廣播)上獲得 54 篇報導露出，促進公私協力推動 Eatender。</p>
	零售通路媒合活動	<p>1.執行單位協助獲選廠商行銷窗口及通路業者窗口進行雙向媒合作業。</p> <p>2.透過銀髮友善食品媒合推廣平台進行產品資料串流。</p> <p>3.與 15 家通路業者(Momo 購物、東森 ET mall、家樂福、愛合購、中化銀髮好物嚴選、樂齡網、一米特、安永生活、呷七碗、陽光博客屋、新東陽、廣達香、聯夏、靈芝草人、OssiGo 購精靈)合作成立 Eatender 專區，推廣 Eatender 銀髮友善食品產品，以利消費者便利購買。</p> <p>4.家樂福量販店於 10/12-24 重陽節檔期設立 Eatender 專區，遍及全臺 67 家門市，並於專區搭配 Eatender 及質地友善標示相關文案、DM 納入銀髮友善食品專頁外，亦於台北天母店及高雄愛河店合作舉辦 4 場次銀髮友善食品講座活動，促進長輩認識 Eatender 銀髮友善食品。</p> <p>5.辦理 Eatender 專區發布會，除 11 家零售通路業者參與外，並邀請 6 家 Eatender 業者(悅旺食品、統百食品、超秦企業、新興四六一、廣達香、聯夏食品)到場進行產品</p>

		展示、試吃，透過示範案例推廣增加認知，促進農食業者與通路業者的交流機會。
業務通路拓展		<ol style="list-style-type: none"> <li>1.與醫療機構、公學會合作辦理質地調整飲食及 Eatender 銀髮友善食品推廣試吃會，聚焦機構供膳問題及質地調整食材需求方向、包裝產品規格，以及未來可能合作模式。</li> <li>2.與臺北雙和醫院累計合作辦理 3 場次、台中榮總醫院辦理 1 場次、花蓮縣營養師公會辦理 1 場次、板橋榮民之家辦理 1 場次，觸及至少 152 位營養師、醫師、護理師、備餐人員等。</li> </ol>
訓練班與工作坊		<ol style="list-style-type: none"> <li>1.辦理「銀髮食品加速器：宅食商機定位與開發導引工作坊」、「醫療安養照護機構供膳需求導引工作坊」，促進企業共創新提案。</li> <li>2.舉辦 1 班 15 人次銀髮食品質地量測班。</li> </ol>
銀髮友善食品 農村送暖活動		<p>以銀髮友善食品為標的，開展關懷農村長者飲食及營養攝取提升相關活動。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.節慶送暖：以中秋、重陽、立冬、感恩節及冬至等 5 個節日為標的，與全國 45 個綠色照顧站點工作人員及志工接力，將銀髮友善食品及優良農產品禮袋送到偏鄉長者手中，帶給農村長者飲食喜悅與節慶溫馨感受，受惠人次超過 5,000 人次。</li> <li>2.平日送暖：自 7 月起，針對農村長者、弱勢族群的飲食營養提升，以每兩周一次配送銀髮友善食品給予偏鄉長者，定期提供花蓮縣、臺中市、南投縣、雲林縣、高雄市等 29 個綠照社區 Eatender 產品與協助食農教育，受惠人次達 6,667 人次。</li> </ol>
樂食拼圖互動 網頁		以 Eatender 產品搭配時蔬，設計飲食偏好篩選、飲食營養計算、餐食點心搭配、智慧菜單指引及產品介紹等五大面向，以輕鬆的互動網頁串聯電商通路推廣，提供使用者搭餐選購，亦助於瞭解攝取狀況、份量等營養與飲食偏好輪廓作為後續產品研發或選品策略指引。

附件六、歷年銀髮友善食品推廣活動紀錄-2

年度	項目	說明
2022	產品資訊宣傳	於食品所官網、評選活動網頁、公協會網站及獲選產品新聞稿、宣傳品等公布獲選產品資訊。
	推廣活動	1.於台北國際食品展覽會參展與推廣，辦理頒獎典禮、獲選產品展示等。 2.參與全國社區營養推廣中心成果觀摩暨記者會及營養師聯合公會、咀嚼吞嚥醫學會、特殊需求口腔醫學會及 IDDSI 國際吞嚥障礙飲食標準等研討會，推廣 Eatender 質地分級概念、銀髮友善性及相關銀髮友善產品，共觸及超過 600 人次。
	零售通路媒合活動	1.執行單位協助獲選廠商行銷窗口及通路業者窗口進行雙向媒合作業。 2.透過銀髮友善食品媒合推廣平台進行產品資料串流。 3.與 17 家通路業者(Momo 購物、中化銀髮、安永鮮物、東森購物、廣達香、樂食刻(漢典)、樂齡網、聯夏、新東陽、OssiGo 購精靈、萊爾富、家樂福、誠品線上、健康食彩、里仁、元進莊及嘉義食品)合作成立 Eatender 專區，推廣 Eatender 銀髮友善食品產品，以利消費者便利購買。 4.辦理購物活動開跑記者會，觸及率達上萬以上，並在超過 11 家媒體(農傳媒、中央社、聯合報、經濟日報、工商時報等)及廣播電台(警廣、中廣、魚廣)網站上獲得 41 篇報導露出，促進 Eatender 認知。
	業務通路拓展	1.舉辦 2022 銀髮友善食品質地調整飲食商促媒合會 2 場次，累計至少協助 15 家食品廠商與 24 家醫療業者對接，促進產業推動與擴散基礎。 2.為落實質地調整食材技術及實務應用對醫療機構營養師專業教育之重要性，於雙和醫院等醫療機構進行銀髮友善食品資訊廣宣及產品試吃體驗活動。
	訓練班與工作坊	1.辦理熟世代飲食趨勢解析暨設計概念工作坊 2 場次，促進企業共創新提案。 2.舉辦銀髮食品質地量測班。 3.舉辦產品研發基礎技術班。
	影片宣傳深化 Eatender 品牌力	規劃各式動畫影片進行 Eatender 認知推廣 1.2022 年臺北國際食品展行銷曝光。 2.官網：食品所官網、銀髮友善食品官網 3.社群平台：品牌 Youtube 帳號 4.合作/支持夥伴友善轉發。

	樂食拼圖互動網頁	以 Eatender 產品搭配時蔬，設計飲食偏好篩選、飲食營養計算、餐食點心搭配、智慧菜單指引及產品介紹等五大面向，以輕鬆的互動網頁串聯電商通路推廣，提供使用者搭餐選購，亦助於瞭解攝取狀況、份量等營養與飲食偏好輪廓作為後續產品研發或選品策略指引。
2021	產品資訊宣傳	於食品所官網、評選活動網頁、公協會網站及獲選產品新聞稿、宣傳品等公布獲選產品資訊。
	推廣活動	1.於台北國際食品展覽會參展與推廣，辦理頒獎典禮、獲選產品展示等。 2.透過媒體及合作平台業者（東森新聞民調雲、發票存摺 APP）活動廣宣。 3.於大專院校分享臺灣銀髮友善食品的展望，將目前國內外銀髮友善食品產業現況及經典案例進行深入介紹說明。
	零售通路媒合活動	1.執行單位協助獲選廠商行銷窗口及通路業者窗口進行雙向媒合作業。 2.透過銀髮友善食品媒合推廣平台進行產品資料串流。 3.中華日報、勁報、經濟日報、俊可傳媒、大成報、臺灣捷報、亞太新聞網報導銀髮友善食品 Eatender 多元通路行銷合作啟動儀式。
	業務通路拓展	舉辦 2021 銀髮友善食品質地調整飲食商促媒合會，邀請食品業者及醫療供膳機構(臺北市立聯合醫院、一壽安養照顧中心、門諾醫院壽豐分院、耕莘醫院、亞東醫院、臺中榮總)進行銀髮業務型食材供需對接促進
	訓練班與工作坊	1.銀髮餐食產品與服務設計工作坊(罐頭食品及點心零食主題式共創工作坊)，促進企業共創新提案。 2.舉辦銀髮餐食開發食物班-聚焦營養與質地課程。 3.與 ILSI 合辦銀髮友善食品應用實務訓練班。 4.舉辦產品研發基礎技術班。
	影片宣傳深化 Eatender 品牌力	規劃各式動畫影片進行 Eatender 認知推廣 1.2021 年臺北國際食品展行銷曝光。 2.媒體廣告(統一超商、全家、萊爾富店內數位看板)；MOD 電視廣告(寰宇財經台、美食星球頻道、龍華電影台、龍華戲劇台)進行宣傳影片撥放。 3.官網：食品所官網、銀髮友善食品官網 4.社群平台：品牌 Youtube 帳號 5.合作/支持夥伴友善轉發。
	銀髮友善食品質地 區分圖像擴散	於豐年雜誌、中化銀髮·照顧達人誌製作廣編稿擴散至相關產業生態圈等
	食譜自由配	以 Eatender 產品搭配時蔬，提供自餐別、菜色數量及

		產品選配進行食譜自由組合，在互動網頁輕鬆氛圍中了解各電商平台使用者消費與搭餐偏好。
	多元通路行銷合作	與 14 家零售/電商平台業者聯手設立 Eatender 專區 (momo 購物網、東森購物網、ok 超商、家樂福線上購物、熊媽媽買菜網、中化銀髮好物嚴選、樂齡網、一米特、元進莊、健康食彩、安永鮮物、樂食刻、廣達香及聯夏等)。
	銀髮餐食供應試驗	於長者餐食服務單位及生活場域如新竹榮民之家、秋霖園多元照顧中心及社區樂齡課程時段進行銀髮友善食品餐食供應試驗，以蒐集產品嗜好性結果，增進使用者認識銀髮友善食品及回饋給業者作為產品調整或開發方向。
2020	產品資訊宣傳	於食品所官網、評選活動網頁、公協會網站及獲選產品新聞稿、宣傳品等公布獲選產品資訊。
	推廣活動	1.於台北國際食品展覽會參展與推廣，辦理頒獎典禮、獲選產品展示等。 2.於雙連安養中心、新竹榮民之家、桃園銀髮族協會等場域進行銀髮友善食品資訊廣宣及產品試吃體驗活動。
	零售通路媒合活動	1.執行單位協助獲選廠商行銷窗口及通路業者窗口進行雙向媒合作業。 2.透過銀髮友善食品媒合推廣平台進行產品資料串流。
	業務通路拓展	1.從使用者端解析 B2B 具自有廚房之醫療相關機構銀髮食材之需求缺口 2.舉辦銀髮餐食食材展示商促會，邀請銀髮友善食品業者及醫療院所進行對談，並提供質地調整產品展示及試吃，促進供需對接。
	訓練班與工作坊	1.辦理銀髮餐食產品與服務設計工作坊，促進企業共創新提案。 2.舉辦銀髮餐食開發食物班-聚焦營養與質地課程。 3.與 ILSI 合辦銀髮友善食品應用實務訓練班。 4.舉辦產品研發基礎技術班。
	影片宣傳深化 Eatender 品牌力	規劃各式動畫影片進行 Eatender 認知推廣 1.2020 年臺北國際食品展行銷曝光。 2.媒體廣告(統一超商、麥當勞店內數位看板)；雙北住宅電梯電視進行宣傳影片撥放。 3.透過媒體業者-佞可、愛長照廣宣(官網、臉書專頁、社團)。 4.官網：食品所官網、銀髮友善食品官網 5.社群平台：品牌 Youtube 帳號、Line@ 6.合作/支持夥伴友善轉發。

	銀髮友善食品質地 區分圖像擴散	於農傳媒、佞可雜誌、護理雜誌以及食品工業發展研究所網站並分別於大紀元、HiNet 生活誌、中華新聞雲與經濟日報分別報導銀髮友善食品質地友善標示等啟動儀式與分級報導。
	以用戶使用情境設計食譜	邀請營養師運用銀髮友善食品獲選產品，依據飲食情境與型態不同，設計適合的套餐組合，於銀髮友善食品官網及 Youtube 露出。
年度	項目	說明
2019	產品資訊宣傳	於食品所官網、評選活動網頁、公協會網站及獲選產品新聞稿、宣傳品等公布獲選產品資訊。
	通路媒合活動	執行單位協助獲選廠商行銷窗口及通路業者窗口進行雙向媒合作業。
	推廣活動	1.於台北國際食品展覽會參展與推廣，辦理頒獎典禮、獲選產品展示及時段性試吃體驗活動等。 2.於臺灣營養學會年會、新竹市東區樂齡學習中心、華山基金會台南分站中秋餐會、台北市政府社會局重陽敬老推廣活動、老玩客等場域進行銀髮友善食品資訊廣宣及產品試吃體驗活動。
	業務通路拓展	1.邀集業者至台北馬偕紀念醫院、中山醫學大學附設醫院、臺中榮民總醫院場域進行長者餐食供膳流程試驗。 2.邀集業者進行 8 項銀髮友善食品開發輔導服務。
	產品開發工作坊	邀集業者辦理銀髮餐食產品與服務設計工作坊，促進企業共創新提案。
2018	產品資訊宣傳	於食品所官網、評選活動網頁、公協會網站及獲選產品新聞稿、宣傳品等公布獲選產品資訊。
	通路媒合活動	執行單位協助獲選廠商行銷窗口及通路業者窗口進行雙向媒合作業。
	推廣活動	1.於台北國際食品展覽會參展與推廣，辦理頒獎典禮、獲選產品展示及時段性試吃體驗活動等。 2.於臺灣醫療科技展參展與推廣，設立銀髮友善食品專區、進行獲選產品展示、辦理時段性試吃體驗及有獎徵答活動等。
2017	產品資訊宣傳	於食品所官網、評選活動網頁、公協會網站及獲選產品新聞稿、宣傳品等公布獲選產品資訊。
	通路媒合活動	執行單位串聯大潤發、全家便利商店、樂齡網三家通路業者進行獲選產品之雙向媒合作業，主動提供食品或長照產業關聯之公協會機關團體協助發放與宣傳。
	試吃體驗活動	於全家便利商店x天和鮮物羅和店、大潤發碧潭店及樂齡網民生門市辦理試吃體驗活動。
	產品發表記者會	辦理頒獎典禮及獲選產品展示。
2016	產品資訊宣傳	於食品所官網、評選活動網頁、公協會網站及獲選產品新聞稿、宣傳品等公布獲選產品資訊。

	試吃體驗活動	與 104 銀髮銀行、台中市沙鹿區公明社區發展協會、雙連安養中心合作辦理試吃體驗活動。
	產品發表記者會	辦理頒獎典禮及獲選產品展示。