首屆粵港澳大灣區大健康高峰論壇暨頒獎典禮

維特健靈以科研融合中西醫走向國際

立足香港　面向內地　放眼世界



粵港澳大健康優秀企業獎(保健類)

港人向來注重養生、抗衰老，追求科學、天然的健康調理方式，在全球健康產業高速發展的浪潮中，香港知名健康產品品牌維特健靈憑藉扎實的科研實力、嚴苛的品質把控與深厚的中醫底蘊，在海內外市場穩佔一席之地。

品牌創始人陳曦齡是業內少數兼具中西醫雙專業資格的資深企業家，數十年深耕大健康領域，始終堅持以現代科學解構傳統中醫藥，曾帶領團隊耗時20年攻克野生靈芝人工培育技術難關，成功研發逾250款多元化健康產品，推動傳統中醫藥以科學方式走向國際舞台。

◄ 品牌創始人陳曦齡是業內少數兼具中西醫雙專業資格的資深企業家。



►維特健靈旗下皇牌產品「五色靈芝」多年來屢獲殊榮。



●維特健靈透過先進科研及檢測設備，推動中藥現代化及產品創新。

「維特健靈」品牌發展時間表

1993年
香港維特健靈成立
推出首款產品「五色靈芝」

2003年
歐洲維特健靈成立

2007年
銷售版圖進一步擴展至亞洲、歐洲及美國等地

2008–2025年
維特健靈旗下多個品牌共獲17個「香港名牌」「香港卓越名牌」「香港名牌十年成就獎」榮譽

2009年
「五色靈芝」獲香港《文匯報》評選為「影響中國60年知名原創品牌」

2013年
「五色靈芝」取得由國家食品藥品監督管理局批准的保健食品標誌（藍帽子）

2019年
上海維特健靈成立

2023年
「五色靈芝」連續20年蟬聯全港銷量冠軍^

2025年
創辦人兼行政總裁陳曦齡榮獲香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會頒發的「香港傑出品牌領袖獎」

2026年
香港維特健靈中心開幕

備註：^根據Nielsen尼爾森2002年9月至2020年8月全港整體靈芝零售調查報告（© 2021 The Nielsen Company版權所有）及IQVIA 2020年11月至2024年10月全港整體靈芝零售調查報告。

資料來源：維特健靈官方網站

「讓更多人將健康掌握在自己手裏」，是維特健靈經營逾30年從未改變的品牌初心。

「讓更多人將健康掌握在自己手裏」，是維特健靈自1993年創辦以來的品牌初心。陳曦齡在1993年創辦維特健靈，創業初期團隊僅兩人，品牌從零起步，歷經三十多年深耕，維特健靈已從香港小型品牌，成長為布局全球的知名健康產品企業，現今集團規模已拓展至逾1500名員工，擁有四間達至國際GMP認證標準的藥廠、逾10個海外辦事處、逾60間香港本地零售店舖及專櫃，業務輻射亞洲、歐洲、美國多個國家及地區，用數字印證了其「立足香港、面向內地、放眼世界」戰略的成功實踐。

王牌產品「五色靈芝」長年蟬聯香港靈芝零售市場銷量冠軍，並屢獲重量級行業殊榮，包括香港品牌發展局頒發的「香港名牌十年成就獎」等眾多獎項，憑藉過硬的產品實力與品牌口碑，斬獲海內外消費者的廣泛信賴。在品牌迭代發展中，維特健靈持續創新突破，2024年重磅推出「維新烏絲納米」創新系列，實現從單一產品銷售到全域健康服務的擴展。

西醫轉攻中醫 深入理解靈芝功效

陳曦齡作為一名西醫踏足中醫界，其創業故事要由她母親故鄉貴州的靈芝產地說起。最初她觀察到當地人將靈芝浸泡於酒中，當時陳曦齡腦海中萌生出「健康產品」的新想法，為了深入理解中醫藥與靈芝的功效，陳曦齡毅然攻讀中醫課程並考取執照。

「西醫突然間去讀中藥中醫，當時是有很大震撼，有很多中醫理論，（西醫）是接受不了。」陳曦齡說到，隨着中藥明確有效成分和實驗驗證數據，如有關人體或動物研究，以而更符合現代科學標準，被更廣泛接納。

耗時20年培育出五類六種黃芝

「其實靈芝不是永遠都有！」陳曦齡說，在2004意識到野生靈芝可貴後就連同中科院教授到處考察至自家種植，靈芝對生長環境極為挑剔，需特定濕度、溫度及光照，團隊甚至需模擬野生環境，在樹林中搭建遮光棚。她舉例稱，黃芝的培育曾因無法長蓋而停滯多年，直到一次偶然的低溫大雨才突破瓶頸，陳曦齡笑言，「我們真的用二十年才種到它」。

超微粉技術增吸收效率

陳曦齡在研發過程中更注重產品功效，引入超微粉技術，旨在將藥材顆粒細化至微米級。陳曦齡比喻稱，「普通藥材就像整顆紅豆，難以被腸胃快速消化吸收，而超微粉技術，就是把紅豆研磨成百倍細粉，無需繁複消化過程，可直接滲透腸道被人體吸收。」

冀中醫藥融入日常保健增接受度

陳曦齡強調轉變思維的重要性，她認為，中醫藥不應僅限於治療疾病，更應融入日常保健，例如將中草藥融入茶飲等日常場景，降低使用門檻，推動全球接受度，「我們要將中醫藥變成希望，讓它成為生活的一部分」。

結合多年市場觀察與品牌運營經驗，陳曦齡發現，過去大眾保健意識相對薄弱，許多消費者是從25歲至45歲開始接觸保健產品。早年首批使用品牌「小兒靈芝蜜」的消費者，如今已步入55至75歲。她表示，行業過度聚焦中老年群體，忽視新一代年輕人的需求。對此，維特健靈及時調整產品布局與品牌定位，重新聚焦25至45歲青壯年群體，大力傳播「健康保養應從年輕開始」的理念。

陳曦齡形容經營健康產業是一份「功德」，從1993年創業的小團隊，到如今千人規模、布局全球的知名健康企業，她始終以醫者初心帶領品牌深耕科研、堅守品質、創新突破。展望未來，維特健靈將繼續立足中西醫融合的核心優勢，以產品創新、專業健康服務，推動中醫藥現代化，助力全球大健康產業發展。

秉持「人無我有　人有我優」初心
打造揚名國際香港健康品牌



●「讓更多人將健康掌握在自己手裏」，是維特健靈經營逾30年從未改變的品牌初心。

●維特健靈注重每一個細節追求，對所有原材料進行重金屬、微生物以及農藥殘留等嚴格檢測。



●陳曦齡一直秉持「人無我有，人有我優」的經營理念。

維特健靈創辦人陳曦齡以科學思維革新傳統中醫藥，她認為健康不是治療，而是預防；品牌不是銷售，而是信任。

維特健靈品牌目前由香港700多人、內地500多人專業團隊所組成，規模龐大且體系完善，陳曦齡積極培養員工「小醫生」精神，要求每一位員工恪守本心，對產品、對消費者負責，將專業求真的精神融入日常工作的每一個細節。

嚴格檢測 做好品質把關

在品牌經營與產品研發上，陳曦齡秉持「人無我有，人有我優」的經營理念，要求自己及員工不斷學習新事物，研發新產品，注重每一個細節追求，對所有原材料進行重金屬、微生物以及農藥殘留等嚴格檢測，堅持做好品質把關。

深耕行業多年，維特健靈憑藉扎實的品質與口碑，斬獲無數業界殊榮，先後拿下「香港名牌」「超級品牌大獎」「信譽品牌」等獎項。公司走道陳列的各類榮譽證書，陳曦齡自豪表示，「獎項不僅是對維特健靈團隊努力的肯定，更是對客戶信任的最佳回應。」