

Coupang 酷澎為新創蛋白飲 NAKED 裸肌搭建舞台

2025. 12. 12.

以科技創新與專業支援成就品牌的關鍵里程碑

隨著台灣健身人口持續成長、蛋白飲市場快速擴大，台灣新創品牌 NAKED 裸肌 憑藉創新的風味配方與透明的原料理念，爭取消費者認同。近期，裸肌選擇上架快速成長的 Coupang 酷澎，透過其國際經驗與科技優勢和完善的銷售支援，迎來品牌發展的重要里程碑。

對創辦人 Zoe（黃宇伶）與 Ray（張庭睿）而言，裸肌的誕生源自一個單純的願望，打造一款適合亞洲人飲用、成分乾淨又真正好喝的蛋白飲。Zoe 從自己的需求出發，讓乳糖不耐、或是不喜歡奶粉味的消費者，同樣能有豐富的蛋白飲品選擇，於是接受大學同學 Ray 的創業邀請，發揮兩人的食品營養專業，讓兼具營養與台灣茶飲風味的「NAKED裸肌」問世。



過去10年台灣健身中心總數突破1000家，健身族群增加帶動蛋白飲市場需求，裸肌因而問世。

創業過程中，他們以高標準打造生產線、堅持降低人工添加物，就是希望任何人都能安心享受補充蛋白的時刻。在投入極大的心力後，兩人開始尋思如何能讓品牌接觸更多顧客、讓品牌走得更遠。

Zoe想起第一次下單Coupang 酷澎的深刻印象：介面乾淨、流程直覺、購物毫不費力。那時他便萌生念頭——若裸肌能在酷澎上架，流暢的使用環境與龐大的潛在客群，或許正能成為品牌擴大的契機。



NAKED 裸肌藉由上架Coupang酷澎，迎向新創品牌重要里程碑。

在酷澎上架快速便利 後台提供獨特銷售資訊

當合作逐漸成形時，Ray再次體驗到酷澎的科技創新，像是短短兩天採用全線上介面與溝通完成簽約與建置，對人力有限的新創團隊來說，大大降低對外合作的時間成本。產品上架後，酷澎後台數據更讓團隊看見不同於其他平台的新趨勢，像是訂單大量集中在晚上，反映酷澎客群獨特的生活節奏，為裸肌提供更多市場趨勢。

更重要的是，Coupang酷澎讓裸肌真正感到「可以放心把用心打造的产品交出去」。無論是上架調整、促銷設定，或顧客回饋，酷澎提供的銷售與客服支援都可以派上用場，不需擔心休息時可能出現的客訴與體驗落差，確保每位消費者都能順利收到產品並享有良好服務。正是這些細節，讓裸肌能專注在最擅長的产品研發上，把更多心力放在創造更健康、更具台灣特色的蛋白飲品。

目前，裸肌已在酷澎推出10款商品及經典搖搖杯，包含可可風味、匠焙鐵觀音、伯爵奶茶等，皆受到不同族群的喜愛。站在下一階段的起點，裸肌期待能與Coupang酷澎共同打造更多行銷活動，持續在日常消費情境中接觸更多輕健身族群，甚至展望未來的跨國市場合作，讓世界也能透過營養品認識台灣風味。

Coupang 酷澎持續在台灣拓展優質選品，並以科技力、效率與對顧客體驗的追求，成為許多新創品牌的關鍵夥伴。這次邀請NAKED裸肌合作，展現Coupang酷澎支持台灣中小型新創、協助品牌成長的決心。隨著雙方合作持續展開，未來台灣消費者的健康日常，也將因這份跨界合作而變得更加豐富而美好。



NAKED裸肌主打純素蛋白飲，也是出自於創辦人Zoe（左）的自身需求；右為共同創辦人Ray