



# 堅守肉品品質與創新產品開發 統賀冷凍食品有限公司

肉品，是人類生活的主要食品之一，從動物的養殖開始到屠宰，還需經過分切處理、儲存與運輸，再到銷售，其中的過程裡如何維護食品安全，還要能夠創新，讓企業獲得最大價值，讓社會人民得到最大的安全保障，在冷凍工程達人郇利冷凍工程事業部陳昭良總監的引荐下，我們拜訪了一家小小的企業，但有大大的作為。

統賀公司從原本只是一家將冷凍肉品切片、切絲的工廠，短短五年內，通過HACCP及IS22000的認證，發展成以牛、羊、豬肉為主的冷凍食品公司，其成功之道即在於經營團隊的堅持與創新，值得與大家分享。

文/林孟鴻

## 統賀冷凍食品 小檔案

成立時間：2002年  
地點：台北縣三重市中正北路530巷18號  
總經理：張曜忠  
資本額：NT\$2,400萬  
員工數：40人  
地 坪：280坪 ( 924m<sup>2</sup> )  
冷 凍 庫：100坪 ( 330m<sup>2</sup> )  
急速冷凍庫：三座，各7坪 ( 23m<sup>2</sup> )  
主力產品：整形肉  
整形肉日產量：4噸  
冷凍車數量：7輛  
平均趟次：2-3趟  
營業項目：進口高級肉品、專業肉品加工、通路配送服務  
營業範圍：台灣桃園以北到宜蘭  
冷凍設備集成商：郇利公司

## 談經濟學的總經理

原本從事傳統市場工作的張曜忠總經理，談起當初接手統賀的機緣表示，起初以為銷售冷凍肉品不過是將肉片切片、切絲，是一件很簡單的事，所以就從一個小凍庫、幾台切片機、二個員工開始，一步一腳印地寫下統賀新的歷史。



張曜忠總經理

讀商業管理出身的張總，和傳統從事肉品銷售的同業有著顯著的不同，他從經濟學的角度來分析，以實際的數字，來說明統賀發展的方向和目標，在具多種用途的有限資源，如何極大化效用及利潤。張總表示，多數的肉品進口商和貿易商，以買賣為主，賺取貨品移轉的價差，獲利空間少，利潤大約在5%~8%之間；這些肉品到了盤商的手上，經過了整理、分切、調理、配送等處理，送到餐廳或銷售門市又增加了價值；等到經過廚師精湛手藝的烹調再到消費者的口裡，售價則遠遠高於原先的進貨價格。而以統賀目前的營業項目，則具備相當的優勢，進口肉品掌握了原料的供應、肉品加工增加和擴大了產品的品項、通路配送的服務可以貼近了解客戶的需求，結合有效地金流控管，與良好的商品銷售率，也就是最低進價不等於最低成本的思考，充分整合與運用這三個服務區塊，則可大大地提升進口商、供應商、消

費者三方獲利的空間。

## 多品項的經營模式

大多數傳統的肉品貿易商，主要以牛、羊、雞，一種或二種的肉品為主。但是張總不僅跳脫單一品項的思維，打破了業界既有的商業模式，不單單只是進口牛、羊、雞、豬等品項，同時也不斷開發新品項，增加銷售的邊際效益，如鹿肉、駝鳥肉等。以營養價值和口感與羊肉相似，卻沒有羊騷味的鹿肉為例，經過適當的加工與調理，可以發展成燒烤用、火鍋肉片、肉捲、條肉、培根等4~5種品項，提供給客戶更多的選擇，也可調節牛、羊等肉品因產量與匯率所帶來價格的影響。

張總不以肉品供應商為滿足，其對統賀的定位是冷凍食品業者，是以牛、羊、豬、雞等產品為核心的冷凍食品業者，從產品研發到滿足客戶的需求，張總相信透過品質的提升與管控，再加上品項的延長與加深，絕對能為公司的營收加分。為與其他肉品經銷商做區隔，在品質提升的投資絕不手軟，以肉品嫩化為例，即購買數台以真空翻打，如SPA般達到肉品嫩化的機器，正是將C級品變B級品、B級品變A級品的秘密武器，更可讓客戶以中級的價格，享受高級的品質。



進行真空翻打的嫩化設備

## 差異化創造需求

在永續經營的理念與堅持下，張總一開始即委由邵利公司，設計與規劃冷凍冷藏設備、急速冷凍庫與專業運輸車輛等，並通過 HACCP 和 ISO 認證，一方面提升統賀的生產與管理品質，另一方面則達到產業的高標準，拉開其與競爭對手的距離。冷凍工程達人邵利陳昭良總監表示，剛開始業界都對統賀的做法十分好奇，質疑怎會有人願意耗資千萬來做這樣的投資。但是事實證明張總的先知卓見，隨著食品安全議題受到消費者的重視，近年來市場的變化與消長也跟著重新定位與洗牌，客戶對於肉品供應商的選擇都以此為標準，而這正是統賀順利崛起的利基，正如張總所說，當大家仍在用傳統的槍砲彈藥時，統賀已備好雷射槍搶攻市場，能成為全台擁有 500 店全聯社的生鮮肉品供應商即是最好的證明。



邵利冷凍工程事業部陳昭良總監

統賀的另一項成功關鍵即為創新與研發，將研發與人才視為公司重要資產的張總表示，將不同部位的肉品，藉由專業人員的研發與調味，變化成各式各樣口味、厚薄、大小，來滿足從便當店、火鍋店、量販店到

餐廳等多元通路的需求，也可做為打通自有品牌和未來熟食產品的前哨站。



研發單位所開發之多樣化商品



發展自有品牌商品

統賀的產品主要以整形肉為主，原料肉為輔，二者相輔相成，繼而擴大服務的範圍，其肉品的主要來源以紐西蘭、澳洲、加拿大為大宗，供應範圍從桃園以北到宜蘭，除宜蘭交由三位經銷商負責外，其他則由自有車隊配送，以業務司機的模式，隨時掌握客戶的訂貨與補貨需求。

帶領我們參觀生產作業的李宏元廠長表示，公司員工也是自家產品的愛用者，每逢周末假期，下班後即可以見到員工大包小包地提袋回家，準備好好地犒賞自己和家人。



李宏元廠長



專屬配送車

## 作業流程簡介

### • 進貨

冷凍貨櫃直接到公司門口卸貨，由倉管人員在拆櫃前先拍照存證，證明封條仍然完好，沒有被破壞，再由委外的專業拆櫃人員進行拆櫃。以壓箱型產品平均而言，20呎貨櫃約可裝650~700箱，40呎貨櫃約可裝1,200箱，每箱約60磅（27.2kg）。棧板的堆疊方式採用7底6層，每板共42箱，倉管人員會在每板寫上此批的序號，並將每箱重量做總計貼上，且為管理的方便會將同批進口的產品放置在同一區域，堆4板高，並記錄在電

腦的儲位管理系統裡，以便先進先出。進貨的同時，管理部門會進行10~15箱的抽驗，檢查品名、重量與內容是否相符，並把原料剖對半檢查品質與油花，是否合乎80%瘦肉的要求，查驗合格即可入庫暫存。



冷凍櫃機組



檢查封條並拍照存證



由專業人員進行拆櫃



依客戶需求堆疊7底6層



統計每箱重量，並打膜避免儲存時傾倒



開箱過磅檢查重量



寫上批號並貼上此棧板的總重量



箱邊沒有血水，表示運輸過程沒有失溫



剖半檢查品質



箱上標籤的數字代表是分切廠的代號



用探針測量中心溫度是否達到 $-18^{\circ}\text{C}$



將檢查的結果依HACCP規範填表建檔

• 消毒清潔

現場工作人員先著好裝，腳踩在消毒池，用洗手乳和小毛刷清潔雙手，再用含75%藥用酒精自動消毒手部，才能進入工作室。



工作人員全副武裝準備進入作業室



腳踩在消毒池



清潔雙手

### • 分切豬肉

解凍後的肉品放在推車上，準備進行整型。工作人員從中間對切，以檢查油花分布是否均勻。對切後的肉品裝在籃中，保持乾淨衛生。



以推車裝載解凍後的肉品



從中間對切，檢查油花分布



將對切後的肉品裝籃

### • 分切牛排

工作人員將條肉切成牛排，每片牛排的重量都經過秤重檢視。人員的手套是二層，一層為鐵，一層為布，做為保護。

分切室裡的作業溫度，保持在12.5°C 低溫，確保產品品質。



將條肉切成牛排



每片牛排都經過秤重檢視



二層的工作手套



設有12.5°C的低溫作業區

• 分切肉片

工作人員使用自動裁切機切片，接著將肉片裝袋。將分切好的肉片進行裝箱，標準規格是3公斤一袋，也可依客戶指定的重量包裝，包裝規格多樣化。



將肉片裝袋



可依客戶指定的重量包裝



分切好的肉片裝箱

• 儲存

欲分切的肉品暫存在待加工的專用解凍庫裡。設有-40°C的急速冷凍庫。

冷凍庫內儲存著排列整齊地進口肉品原料。工作人員使用電動堆高機搬運原料。



待加工的專用解凍庫



欲分切的肉品暫存在解凍庫



-40°C的急速冷凍庫



冷凍庫內排列整齊



肉品原料倉



電動堆高機搬運原料

### • 包裝

二樓的包材區有一特殊運送包材的通道，可直通一樓包裝室。多功能的自動包裝機包括電子式磅秤、計價及列印條碼功能。



運送包材的通道



一樓的包裝室



自動包裝機



包裝機有電子式磅秤、計價及列印條碼功能

### • 出貨

堆高機將欲出貨的商品依出貨區放置碼頭處，由各負責區域的司機將商品搬上車，每位司機也都是各區的業務，隨時直接地掌握客戶用量與訂貨情形。出貨單也依區域別排列，交由司機請客戶簽回。出貨的紙箱以各種顏色的膠袋封箱，代表不同的肉品種類，綠色為牛肉、黃色為羊肉、紅色為豬肉、藍色為雞肉。一樓出貨區和二樓辦公室用籃子裝鈴鐺互通表單。



出貨的商品集中於碼頭



一樓和二樓用籃子裝鈴鐺互通表單



出貨單明細依區域別排列

## 未來展望

業務的快速拓展預估將成長20%以上，現有的冷凍庫空間已不敷使用，未來已有計劃增設二廠和建立熟食料理包生產，與生食分開，避免交互污染，鼓勵員工內部創業，往集團化發展。

另一方面也積極建置自有網站，著重在業務路路的經營，以建立公司形象為主，尤其將主動把生產過程的檢驗報告與數據都放上網站，讓客戶查詢，以取信消費者。



業務司機將商品搬上車

統賀的名稱很容易讓人聯想是否與台灣以「統」字開頭的上市企業有任何的淵源和關係？張總大笑的表示，公司設立一開始即以「統賀」為名，其名稱是取與台語「最好」同音的諧音而成，和大型上市公司毫無關係。不過從此次與張總的談話，以及實際採訪統賀的運作，我們可以預見，統賀發展成冷凍食品業舉足輕重的關鍵性角色，將不會太遠。

(本採訪由台灣專業冷凍工程部利公司與本社共同企劃製作。)



各種顏色的膠袋，代表不同的肉品種類