



超低溫冷鏈、溯源管理 順億將頂級鮭魚送上國人餐桌

文 | 李育琴 (大山影像工作室) 圖 | 隆順漁業集團

順億鮭魚專賣店希望真正的好食材，能讓國內的消費者享受得到。(攝影/游忠霖)

遠征三大洋的臺灣鮭延繩釣漁船，在大目鮭、黃鰭鮭最豐腴的季節將其捕撈上岸，經過零下60度超低溫全程冷凍保存，漁船返航進到高雄前鎮漁港後，就在港邊全臺最大超低溫倉儲及加工廠卸貨。工廠二樓則是鮭魚專賣店，在這裡，民眾可品嚐到來自全球各大漁場的頂級鮭魚生魚片及壽司料理。

2008年，隆順漁業集團在前鎮漁港內打造全新的超低溫冷凍加工廠，帶起國人認識美味的日本頂級鮭魚生魚片料理是如何做到的。隆順集團總經理王志遠指出，過去臺灣沒有人做

超低溫，本地也沒有頂級鮭魚市場，臺灣強大的遠洋漁船所捕的鮭魚，多數進到日本市場拍賣。當時在政府的積極鼓勵下，隆順在高雄前鎮漁港設立了第一間大型超低溫冷凍加工廠。

王志遠說，「蓋這棟冷凍廠，最大的目的就是要推動國內市場。」海洋直送的鮭魚，到港後漁獲不落地立即進入冷凍廠，順億鮭魚專賣店希望真正的好食材，能讓國內的消費者享受得到。

以門市布建全臺超低溫冷鏈

超低溫冷凍保存的技術在於，鮭魚捕捉上岸後立刻去除鰓和內臟，利用零下60度的超低溫使其細胞新陳代謝停止，保持鮮魚的狀態和品質，等到餐廳廚師將其解凍、魚肉慢慢煮熟後，就如同剛捉上岸的鮮魚一般。王志遠強調，「鮮度的秘訣就是漁獲直接在港邊進倉庫，讓它的冷鏈不能斷。」

除了高雄港，順億也在全臺各縣市擴展直營店面，透過超低溫冷鏈的布建，將臺灣遠洋漁業的實力從海洋直送到民眾餐桌上。王志遠表示，過去臺灣的日本料理店和五星級飯店提供的鮭魚料理，和日本的品質有差距。他觀察，過去沒有使用超低溫，廚師也不懂得如何處理和保存魚貨，包含解凍時洗魚、洗菜必須分流處理，避免細菌交叉感染等。

透過冷鏈、衛生SOP的控管，才能讓消



隆順集團總經理王志遠表示，當初在前鎮漁港設立超低溫冷凍加工廠，就是為了推動國內市場。(攝影/游忠霖)

費者吃到真正的頂級食材，後來日本企業包括壽司郎、Costco等也來向順億採購鮭魚，慢慢地打開了國內頂級鮭魚生魚片的消費市場。其中的行銷策略為何？王志遠認為，是順億對國內企業文化的推動，對品質的要求建立起優質水產品的品牌，透過口耳相傳獲得客戶和消費者的支持。

關注人權 採購永續漁業水產品

順億母公司隆順漁業集團是臺灣遠洋漁業的重要成員，不僅發展國內頂級鮭魚市場，其主力在於全球水產貿易，並在美國和太平洋島國設有加工廠，供應全球市場。

臺灣的遠洋漁業規模在全球位居第二，僅次於中國，遠洋漁船數量超過1,100艘，對於海洋生態和漁業永續有關鍵性的影響。近年永續漁業成為消費者關注的議題，環保和人權團體也針對各大遠洋漁業者發布評估報告，透過資訊揭露，要求落實海洋資源永續作法和漁工人權的保障。

對此，隆順集團表示，公司採購永續性的漁獲來源，包含圍網船、美國加工廠水產品，皆為海洋管理委員會(MSC)認可的品項，此外採購合作的對象為遵守各區域漁業管理組織的漁船、船東和運搬船等。



順億門市提供適合外帶、衛生乾淨、減少接觸的商品策略。(攝影/游忠霖)

王志遠進一步說明，目前鮪延繩釣漁業並沒有MSC認證品項，台灣區鮪魚公會去年加入「太平洋長鰭鮪漁業改善計畫（FIP）」，根據國際非政府組織發布的漁業改善方針，制定改善計畫，隆順也參與共同支持包括漁業的永續發展、防制人口販運，以及採用以生態為基礎的漁業管理方式，期望帶領臺灣遠洋鮪延繩釣漁船一起進行漁業改善。

針對遠洋漁業屢爆爭議的人權問題，王志遠說，「漁民是最弱勢的，魚價並非由第一線的漁民決定，而是由中間的採購者、國際市場來決定。」因此順億在推動銷售的過程中，希望能以更好的價格提供給供應商。以臺灣的漁船來說，漁船回到前鎮漁港基地卸魚不僅可以省下關稅、也減少運費，間接享受到更好的魚價，這樣有更多的盈餘可提供漁工較好的待遇。

他說，順億針對採購魚貨的稽核方式，「是透過訪談船東、漁船，漁船直接靠在港邊，可看見本船卸貨及船員的工作環境，這樣的作法更有效。」如此要求供應商符合政府遠洋漁船的相關規定，包括基本勞工作業



隆順集團在高雄前鎮漁港設立了臺灣第一間大型超低温冷凍加工廠。（攝影/游忠霖）

時數，且船東財務能力必須健全，可避免人權迫害問題。王志遠強調，順億選擇跟優良的供應商合作，如果是黑名單、有疑慮的，就不會採購。

「順億超市」推鮪魚全利用

為永續海洋漁業資源，順億也強調鮪魚全魚利用的概念。來到順億鮪魚專賣店用餐的客人，必定會點一碗味噌湯。順億商品行銷部經理林利昀表示，味噌湯採用鮪魚魚頭骨熬煮，加入魚體周邊的魚肉，但以優惠的價格在店面

供應，非常受消費者喜愛。事實上，一頭鮪魚作為生魚片食用的部分僅占約50%，然而其他部位包括魚頭、富含鐵質的血合肉、魚尾等，都是優質又有營養的食材。

順億的鮪魚全魚利用，除了做生魚片，多餘的食材則作為熟食、煮湯、燒烤等。去年開始推出「順億超市」，利用中央廚房研發新的產品，把鮪魚的多種副產品製作成即食料理在門市販售。

「我們把食材用最有效的方法交到消費者手裡，以最合理的價格販售，讓產銷協調達到最好的平衡。」王志遠表示，順億超市的推出除了將食材做有效利用，也希望透過既有的門市通路，幫助臺灣小農將優良的農漁產品銷售出去，順億的品牌將不只是賣鮪魚。

王志遠指出，和一般電商通路不同的是，順億有自己的門市和冷鏈車隊，可協助小農解決冷鏈運輸、高額上架費等問題，以親民的路線，將產品銷售盡量回饋到農漁民的手裡。

目前順億超市除了有生魚片和壽司料理，還有符合忙碌上班族、小家庭的需求，推出各

種加熱即食的水產料理，消費者可線上訂購、門市取貨，或搭配外送業者宅配等。

2020-2022年，臺灣與全球皆受到COVID-19疫情影響，尤其餐廳飲食業者面臨前所未有的衝擊。順億門市雖是餐廳，卻靠外帶餐盒維持既有服務，影響相對較小。王志遠表示，順億在初期規劃時，就考量到過去SARS對餐飲業的影響，因此規劃為適合外帶、提供衛生乾淨、減少接觸的商品策略。這樣的外帶模式，剛好可因應此次疫情帶來的影響。

王志遠表示，未來順億也將積極推動食魚教育和鮪魚餐桌體驗，讓消費者更認識臺灣遠洋漁業的精彩內涵，並且教育下一代更加了解永續漁業和食品安全等議題。今年將在部分門市提供「Tuna Around the World」無菜單料理，讓客人品嚐和認識不同產區、不同產季的鮪魚。此外，也有親子可參與的捏捏壽司體驗營等活動，讓孩子從做中學，認識海洋資源的永續。🐟



自漁船直接吊掛漁獲至加工廠。



漁獲物落地後即快速處理。



測量魚體中心溫度。

一車車的冷凍鮪魚載送至超低温冷凍庫。