

專題報導

文圖 | 春樹

台灣農產品外銷宣導

雨天哲學 · 永續經營

用一輩子的堅持 · 開創無限商機

緣於對食物最純真的愛戀，不斷尋求一粒好米與一滴好水的永恆價值。創立 48 年的禎祥食品公司，堅持高品質的經營理念，從外銷到內銷市場，歷經兩代經營，一路走來始終如一，在台灣農業中心基地嘉南平原上默默耕耘，以誠信、勤奮、創新堅守本業，深耕食品加工業，開創無限商機。

從貿易公司起家，到投入食品加工業，創辦人張夢蛟以不斷向天挑戰的竹竿形容禎祥集團的發展。他說，事業的發展過程並非平順連貫，而是宛如竹竿般，不斷遭遇宛如關卡的竹節，雖然每一段都是獨立、完整的，但唯有跨越竹節、串起無數的竹段，才是一株完整的竹竿。他形容，每過一個竹節，就愈見天地的遼闊。

經營卓越 · 國際認證

禎祥食品的企業文化有著濃濃的台灣人草根美德，張夢蛟的雨天哲學，更讓資深員工念念不忘。行政暨專案管理部副總經理徐夫表示，每逢下雨天，一般人忙著往屋子跑躲雨，但勤奮的人反而往屋外跑，巡視倉庫、工作現場，看看大雨有無造成損失，永遠比別人多一點危機意識、多一點準備，在本業不斷精進、轉型與創新，是禎祥永續經營的秘訣。

禎祥食品的經營史，宛如台灣農產品加工業的縮影。徐夫表示，禎祥創立 48 年，前 30 年是百分之百的外銷公司，參與台灣農業每一個重要的轉折點與重大政策，並以卓越的經營策略走過風風雨雨，不僅是農委會 CAS 的示範公司，更獲得



各式的冷凍食品



國家認證，品質有保證

CAS、GMP、ISO9002、美國 HACCP 及歐聯 EU 認證合格等國際品質認證，在北美洲、南美洲、歐洲、亞洲、中東、澳洲等 15 國家都設有據點。

順應趨勢·積極轉型

禎祥食品創立於高雄市，起初專營農產品外銷及進口業務，70 年代首次轉型，張夢蛟回到故鄉嘉義縣，買下朴子市大片土地，設立工廠，以鹽漬農產品開啓禎祥食品加工業的版圖。當時，台灣到處可見中小型的食品加工廠，但專營國際貿易的禎祥食品，比他人多了一點對於趨勢的敏感度，很快地發現鹽漬農產加工的侷限性，於是第二度轉型投入冷凍蔬菜加工業。

冷凍蔬菜因長年供應、貨源價格穩定、衛生條件優而深受歐美國家喜愛，當初出口的冷凍蔬菜種類包括竹筍、青花菜、菠菜、毛豆等，70 年代末期，禎祥更推出台灣第一個冷凍水餃產品。

80 年代，禎祥食品將部分重心轉移至台灣內銷市場，從國際市場經營的口碑與經驗，很快就在業務用冷凍食品、團膳市場站穩腳步，這個階段是禎祥食品內外銷並重的年代，所推出的主力食品首推冷凍中式點心，由於社會型態的差異，冷凍中

式點心在台灣並未獲得預期的好評，但外銷日本卻造成極大風潮，日本經銷商以通信販售的行銷手法，成功將禎祥生產的各種港式、中式小點心端上日本家庭的餐桌。

堅持品質·遠離紅海

民國 85 年，台灣爆發嚴重的豬隻口蹄疫情，台灣豬肉被禁止出口，不少中小型的食品加工廠應聲倒閉，禎祥食品也難逃衝擊，當年業績掉了 40%，還好該公司早一步經營國內市場，在冷凍調理食品停止外銷後，禎祥將重心投注內銷，發展迄今，內銷已占其年度營業額的 65%，其餘才是外銷市場。



寬敞的廠區

經營內銷市場，禎祥捨棄低價產品路線，而堅持高品質、中價位，並主攻業務用冷凍食品市場，在大量出貨的擴大經濟規模概念下，禎祥避開了專攻零售商、量販店削價流血的紅海市場競爭，該項

策略一半因為當時國內內銷市場競爭已是百家爭鳴，禎祥從外銷轉進內銷，時機點沒有優勢，因此另闢戰場，以經營國外客戶的高品質打開冷凍調理食品業務用市場。

超商合作·全新考驗

不過禎祥公司也體悟零售市場不能放棄，因此儘管國內冷凍調理食品市場業務用的營業額占了 8 成以上，但禎祥依舊積極經營零售消費市場，透過零售市場，讓品牌不斷曝光、建立知名度，再讓品牌渲染力滲透冷凍調理食品業務用市場，換句

話說，零售消費市場是求名、業務用市場才是真正的獲利來源。

禎祥在冷凍食品業務用市場到底有多紅？它研發了台灣第一個冷凍蘿蔔糕點心，國內知名連鎖早餐店的蘿蔔糕就出自禎祥食品，其供貨量占台灣市場的一半，系列產品更包括可樂餅、蘿蔔絲餅、熟鍋貼等。

民國 88 年，禎祥食品因應國內市場變化，又進行一次大轉型，進攻便利商店挑戰鮮食市場。徐夫表示，禎祥食品與萊爾富便利商店合作，供應新竹以南、屏東以北、超過 500 家店每天的 18°C 鮮食，爲了應付產品生命週期只有 28 個小時的嚴苛考驗，禎祥食品開闢了一個全新的生產線，每天供應最新鮮、美味的便當、飯糰給萊爾富。

便利好吃·賞味期長

與萊爾富的合作經驗，讓禎祥食品體悟到要求便利、快捷、好吃的加工食品年代來臨，近年來透過企業內部的研發小組與大專院校的教授團隊合作，禎祥不斷開發新產品，近年來，並從日本引進全套的科技設備，開發常溫加工食品，打破一般人對熟食必須冷凍、冷藏、保溫的印象。

徐夫表示，該新產品概念來自罐頭，但將包裝材料

改爲更能保持食物美味的殺菌軟袋，賞味期限高達 1 年，在國內送禮市場頗受好評，一包有湯有肉的麻油雞，不必放在冰箱冷藏冷凍，放在儲物櫃裡 1 年也不會過期，這樣的食物概念確實讓很多人無法想像。

外銷內銷·穩紮穩打

徐夫解釋其中的原理，他說，透過高溫高壓殺菌，讓食物裡沒有微生物，甚至沒有微生物的孢子，食物就不會敗壞，這個原理與罐頭一樣，只是過去馬口鐵會產生鐵鏽味，加上罐頭的殺菌過程無法封住食物的美味，因此一般人不喜歡罐頭食品，但禎祥的雞湯系列產品，聘請國內知名飯店主廚調配，經由禎祥研發小組因應量產需求改良後，研發出常溫的雞湯食品。

陪伴台灣農產品從外銷到內銷，禎祥食品以穩紮穩打、苦幹實幹的精神，讓企業永續經營。「在改變之前就做好準備」是禎祥通過大大小小考驗的關鍵，跟上時代的腳步，在本業不斷轉型，而不是炒短線，禎祥雖有變動，卻不曾暴起暴落，一如 40 周年紀念刊物所描寫的：禎祥滿載著對於食物的依戀，游走於味覺的三度空間裡，找到一粒好米與一滴好水的永恆價值。🌱



全程 18°C 低溫，保證食材最新鮮



通過金屬探測器的自動化包裝



員工生產線人員進行衛生檢查