

台灣農產品外銷宣導

賣滷蛋也能開創傳產第二春

蛋的專家—福記食品公司

文 | 春樹 圖 | 福記公司

創立 38 年的福記食品公司，以服務業的精神開創傳統產業的春天，不僅量產家庭、小吃攤常見的滷蛋、鐵蛋，還外銷美國、加拿大等國家，在經濟不景氣中，仍創下二位數的成長率，更是全國唯一通過 CAS 認證的常溫蛋品加工廠。位於南台灣、遠離都市核心，但距離、地理位置不是問題，態度才是決勝關鍵。「企業的品質在老闆的頭腦裡」，這是「福記」董事長王榮得的名言，創新、挑戰、不斷貼近消費者的心，是「福記」成功的法門。



福記食品除獲 CAS 認證，並獲多種食品金牌獎

全國唯一 CAS 蛋品廠

「福記」位於高雄縣路竹鄉—台灣養雞的故鄉，從事蛋品加工前，曾養過雞、經營廠房出租等行業，除了現年 55 歲的董事長王榮得外，經營團隊平均年齡不到 40 歲，年輕而有幹勁，福記不僅衝出 89% 的市場占有率，穩坐台灣「蛋的第一品牌」寶座，其品牌知名度在未提示下高達 6 成，更榮獲「中華民國優良食品評鑑金牌獎」、「第一品牌評鑑會認證」、「外貿協會包裝之星獎」等多項殊榮。

福記的經營史堪稱台灣傳統產業現代化的典範。透過專業研發與生產自動化、標準化，提升農產品的附加價值；全系列商品不含防腐劑，生產條件符合國家品質標準；供應網絡綿密，是唯一進駐便利商店的加工蛋品；與統



各式各樣的蛋品令人垂涎三尺

一集團在中國青島合資建廠，是唯一將「有媽媽味道」的滷蛋、鐵蛋外銷的企業，業務總監蔡宗穎自豪地說，有華人的地方就買得到福記產品。

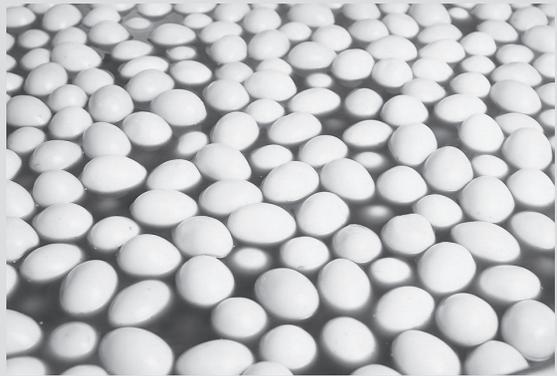
獲中小企業組織學習獎

為了達成「蛋的專家」的企業願景，董事長王榮得對於研發及員工教育訓練經費絕不手軟，不僅每年研發經費達數千萬元，與大葉大學創新育成中心、成功大學等學術單位合作開發產品，外聘顧問公司為經營管理把脈，每名基層員工每年教育訓練補助費用平均 6,000 元，額度若沒用完，老闆可是會「關切」的。在福記，沒有學習慾望與挑戰自我勇氣的員工，不必公司開口，自然就退出競爭舞台，而全員學習的精神與經驗，也讓福記獲得經濟部中小企業組織學習獎肯定。

企業文化強調創新，但創新並不代表毫無限制的天馬行空，蔡宗穎表示，高市占率加上綿密通路網，不論是從消費端或經銷商回饋的市場資訊，其精準與龐大程度均讓同業望塵莫及，也確保新產品能被市場所接受，所有的創新都以消費者需求為首要考量，並能確實執行，從這一點也可窺見南部在地企業腳踏實地的精神。

創造新世代飲食風潮

福記產品相當完整，除了香鐵蛋，「日式滷蛋」、「環保皮蛋」系列產品也創造出新世代的飲食風潮，還有訴求異國風味的零食，以綠茶浸滷後再以進口胡桃木煙燻的「茶燻雲香蛋」、新生兒彌月贈禮專用的「彌月囍蛋組合」、不添加防腐劑的豆乾產品等，全系列產品均採真空包裝



製作鐵蛋，從白煮蛋下鍋開始



接著進入烤箱烘焙



烘焙完成的蛋品色澤均勻



一顆顆油亮的鐵蛋出爐



製作完成的鐵蛋進行自動化包裝



包裝後的鐵蛋再裝盒，也採自動化作業



每顆鐵蛋均經過高溫高壓殺菌



每顆鐵蛋出廠前均需經過檢驗

保鮮，且經過高溫高壓殺菌，不需添加防腐劑即可保存 1 年，

可以保存 1 年？是的，你沒聽錯，福記從日本進口特殊材質的包裝袋，並透過真空包裝封存加工蛋品的新鮮與美味，其規格等同於罐頭食品的作法，拆開包裝即可使用，把蛋零食化，隨時隨地、想吃就吃。

品研部副理劉俊達表示，除了研發外，生產端另一項競爭核心關鍵是製成率，該公司獨步的剝殼技術，讓蛋品的加工後製成率高達 99%，高製成率不僅降低原物料損失，也可降低後端管理、輸送成本，因此前端品管一點也馬虎不得。為確保高製成率，福記錄 5 家養雞場、蛋商提供的蛋品破損率，並於年度舉辦供應商評鑑考核，篩選出最佳的原料供應者。

將蛋品推上世界舞台

劉俊達指出，剝殼包含 3 個面向，第一是導正蛋黃，蛋黃的導正牽涉製成率，市面常見的蛋，蛋黃都在一旁，即所謂「偏仁」，但福記利用設備導正蛋黃，讓蛋黃位於蛋的中心點，如此一來，滷煮成鐵蛋的製成率較高。

其次是控制原料蛋天數，以利剝殼，劉俊達說，蛋的表面只要出現一條縫，就必須淘汰，在福記，不僅是雞蛋裡挑骨頭，甚至在雞蛋裡挑縫；最後是特殊研發的設備，由於每一顆蛋的大小不一樣，如何調整設備、應付一顆顆脆弱且大小不一的蛋，是福記傲人一等的 know - how。

蔡宗穎表示，因應認證時代來臨，福記評估經營方向，除了 CAS 外，2 年來陸續通過美國 FDA 及日本厚生省的檢驗標準，順利將產品推上世界舞台，但認證只是根

本，通過門檻後，還必須有團隊的分工合作才能讓夢想成真。

秘訣就在於「觀念」。蔡宗穎表示，福記經營團隊不以食品業或製造業自滿，而是以「服務業」的精神自我要求，唯有滿意的顧客才有永續經營的企業，只

有做到市場導向才能隨時因應趨勢而變化，才能通過殘酷生存舞台的考驗，誰能與消費者進行最直接、緊密的連結，誰就是最後的贏家。

主管輪流接聽客服專線

為了經營顧客關係管理，福記仿效服務業，甚至走在服務業前端，施行許多創新服務的點子，除了網路訂購 E 平台，還開設部落格，與顧客分享日常生活小資訊，也分享蛋品加工製作過程，此外，董事長王榮得以身作則，不僅親自回信給每一位來函反應的顧客，瞭解顧客的心聲，福記並在包裝袋上印上 0800 客服專線，讓顧客可以在第一時間聯繫。

各部門最高主管每天下班後需輪流負責接聽客服專線，就像值日生一樣，每位主管都有機會上線服務顧客，不同於一般製造業劃地自限第二線的心態，福記顧客至上的服務精神更超越許多服務業，當許多服務業還停留在以年輕美眉擔任客服員



福記冷凍食品產品琳瑯滿目

、以不著邊際的客套內容回應顧客時，福記要求每位部門最高主管傾聽顧客的聲音，以客為尊不是喊喊口號就可以了。

在每月 1 次的員工朝會裡，該公司並進行顧客管理個案分享，每

天並將媒體登載的消費者反應與廠商處理情形存檔，從不同案例中觀摩他人的經驗，蔡宗穎說，經營團隊只需做好 2 件事，「挑對人、用對方法」，該公司績效大幅成長的重要因素之一便是來自於減少管理成本，這就是挑對人、用對方法的最佳例證。■

小 啓

熱烈招募優質外銷農產品

為拓展我國農產品外銷，農委會特別建置台灣農產品外銷網 (<http://www.agexporter.com.tw>)，提供農民團體及農產食品業者網路行銷的機會。台灣農產品外銷網有中、英、日文等 3 種版本，以外國買主為對象，為國內農產品免費宣傳平台。若大家有符合衛生安全及具外銷競爭力之產品，請洽 0800-506-088 外貿協會網路行銷中心。