

抓住市場動脈

推動傳統中式食品現代化

採訪／陳乙貞

圖片／陳乙貞·中華CAS優良食品發展協會



農委會食品加工科林子清科長，將五星級廚藝帶入農村料理與食品加工產品之創導人。

台灣在特殊的歷史背景下，匯集了深具文化內涵且多樣化的中式料理，如何讓這些傳統中式料理邁向現代化，且在現代化的過程中不會失去原有的文化內涵，是農委會食品加工科竭力推動的工作。

那是民國83年的事了，食品加工科的林子清科長表示，由於要帶動米食消費，想到推廣便當是個好點子，因為便當裡約有一碗米飯的份量，還包括三、四道菜，一道魚或肉，就營養觀點而言也算相當均衡。

方向底定了，接著便是合作對象，林科長想到了當時旗下擁有一千多家門市的統一超商，商談之下發現他們也看中便當市場，甚至曾經試賣，然因販售的產品是熱便當，保存期限只有4小時，加上難以掌握精準的販售數量，造成許多便當的報廢，最後只好作罷。

兩方商談的結果，決定從日本已有的18

°C飯糰開始合作，於是從83年起開始試賣御飯糰系列產品，兩年後的85年正式推出，銷售結果令人滿意。至於御便當為何遲遲到89年才推出，主因是擔心消費者的接受度，考慮消費者大概不習慣到手的午餐是冷的，故在御飯糰推出4年後才推出御便當。

如今，光是在便利商店販售的18°C早餐系列與午餐便當，每天便有1600多萬元的消費額，獲益的不僅是相關產業，還包括農產品和吃的安心的消費者。

家庭取代餐HMR

台灣在工商業繁榮之後，生活形態隨之更動，生活步調加快，導致製備餐點的時間越來越少，加上家庭人口減少，以致烹調的份量和營養的考量，在在讓人傷神。

林子清科長表示，很多人下班後已經精疲力竭，不一定有精力調理晚餐，但為了家人的營養與珍視家人相聚的時光，還是會打起精神烹調晚餐。加上大多數人還是比較喜歡在家用晚餐，於是，晚餐的市場就有了，所以，食品加工科的下一步就是要推動家庭取代餐。

家庭取代餐的英文原名是Home Meal Replacement，簡稱HMR，意思是要以稍微復熱或簡單調理便可食用的菜餚取代一般的家常菜。

林科長表示，推動的方法會是先行研發符合傳統美味的家常菜，再由擁有CAS認證的現代化食品工廠生產，最後由CAS輔導認證的



在「紐約紐約廣場」舉辦之2002精緻食品展，洪美英為現場觀眾說明。

便利商店負責販售。上架的冷藏家常菜會以份量小，價格便宜的方式販售，例如一份只需二、三十元，如此，消費者就能一次購買多種菜餚，可以照顧到人口簡單的家庭，又能符合現代的營養攝取原則，食物多元化。

現代人很習慣買外食回家享用，但享用的同時，心裡難免擔心食品是否衛生安全。林科長表示，這就是要請中華CAS優良食品發展協會共同推動的原因了。有了CAS協會的技術與衛生知識，廠商以4°C恆溫冷藏的菜餚，除了能保留食材的養分，也能存放兩三天之久，可以讓消費者安心的食用。

既然營養和衛生都顧到了，當然也要讓消費者的味蕾滿足才算完美。例如很多人愛吃魚香茄子，也清楚這道菜的傳統口感，如果食品工廠無法研發出道地的魚香茄子，便倉促上市，可惜了材料之外，也不可能讓消費者有長期購買的意願，因此，林科長決定在加工食品內，引進五星級名廚的手藝。

展現飲食文化·掌握知識經濟

自91年下半年起，農委會食品加工科便著手協助與便利商店合作的食品加工廠，希

望提升他們的研發能力，由CAS協會商請地緣上接近的飯店名廚，前往工廠教授傳統小菜的料理方法。事實上，這些食品加工廠的研發人員，大多擁有中餐丙級技術的執照，基礎已算紮實，但是，如能加入五星級的手藝，相信他們研發出的菜餚可在推出後一炮而紅。

林子清科長表示，推動中式食品現代化的同時，更希望這些冷凍調理產品既能展現我國的精緻廚藝，又能展現我國的飲食文化。而且，事實上，早在民國68年時，林科長在輔導禎祥食品公司時，便是以商請當時的國賓名廚傳授該公司傳統中式點心方式，且該公司推出冷凍中式點心後，也頗受好評。

自去年起，國內不斷推動知識經濟，根據經濟合作暨發展組織（OECD）對於知識經濟的定義，「知識經濟」是指「以知識資源的擁有、配置、開創和使用，為最重要生產因素的經濟形態」。

以料理而言，它的知識資源便是廚藝，因此，林科長也於去年委託CAS協會主辦，弘光技術學院食品營養系協辦、執行，商請福



林科長為CAS優良食品研習營致詞。

自己的創意和手藝分別烹調出幾種便當。舉辦品嚐會時，當地居民齊聚一堂試吃大廚手藝，而後共同推選出能代表該鎮特色和口味的便當。

對於地方料理，林子清科長的願景也是如此。

這兩年來，國人旅遊風氣漸盛，加上週休二日的助長，農村湧入許多遊客，使得休閒產業越來越蓬勃。林子清科長表示，休閒農業如果可以結合料理名店，供應具有地方特色且令人難忘的料理，輔以有格調的內部設計和好山好水的環抱，應該能讓這個產業加分不少。

以料理名店來說，



試吃研發料理前，林科長專注研究料理的外觀。

華名廚廖清池師傅針對食品加工業研發人員設計中餐廚藝課程，目的便是期待食品加工廠的人員，能充分掌握這份知識資源，加以開創、使用。

將五星級廚藝帶入地方料理

有齣日本電視節目，內容大致是某鄉鎮想研發真正能展現該地特色的便當，作為鎮上的車站便當，於是商請都市的三位飯店名廚前來協助，並擇定日期舉辦品嚐會。名廚們提早兩三天到鎮上，先是四處參觀，接著研究當地出產的一般食材和特有食材，再以

林科長表示，主角當然是美味難忘的地方料理，因此，料理手藝的提升是很重要的。好比，台灣料理和客家料理各有特色，但如能提升烹調這些料理時的手藝，品質必隨之提升。又好比，每種菜都是由多種食材組成，又每種食材會因產地不同而質地不同，那麼，食材該如何選擇，要先經過怎樣的處理過程，如何組合變化，才能讓料理更加精緻美味。這些都有其奧妙訣竅。

目前各農會的家政班無不竭盡全力研究家鄉農特產，以烹調出美味與風味兼具的地方特產料理。這些家政班員都喜歡烹飪，且熱愛家鄉的農特產，如果能商請具有專業技術和經驗的飯店名廚為他們開課，傳授料理

手藝與訣竅，應該能讓班員的料理功力突飛猛進。班員有了這廚藝功力的優勢，將來如應用在料理名店上必能如魚得水。這也是去年食品加工科委託CAS協會主辦，弘光協辦、執行，開設地方特色餐點廚藝研習班的緣由。

願景的落實者

中華CAS優良食品發展協會，原名中華民國冷凍食品發展協會，91年6月18日更名以來便以積極主動之態度，對外說明協會之業務、工作內容。

關於對外改採積極態度，協會的推廣教育組組長洪美英表示，可能因協會是農業相關的財團法人，自始便有農民埋頭苦幹的特性，故成立以來皆以低調方式為相關單位貫徹政策，而今是因發覺協會還可幫助更多人，更多單位，因此必須讓外界知曉協會能提供的資源與資訊，以便需要提升產品和技術者加以利用。

洪美英表示，CAS協會主辦活動的立場，是以委託單位的方向作為思考準則，如去年主辦中華廚藝課程和地方特色餐點廚藝研習班時，便是在知曉林科長的理念與方向後，便與專業名廚洽談，請大廚針對兩者可提升品質之處，構思料理和創意。

食品研發需要精緻手藝配合

去年的地方特色餐點廚藝班，班班客滿，洪美英表示，為了滿足向隅的家政班學員，明年協會將繼續開班，且將投注更多的心力，結合數十年來在廚房打拼的大廚，請他們貢獻專業技術和經驗，構思更能發揮地方特色的料理，教授學員更能應用的手藝。

食材方面，將以本土生產的食材為主，盡量選擇單一地區的食材，但因產季限制，不會鎖定單一食材。

洪組長表示，除了請大廚傳授手藝和食材變化創意外，協會也將教授食品衛生的知識，因CAS協會自創始以來，便和各個衛生

單位合作廚師執照的認證工作，故協會擁有充足的料理品質和衛生、安全知識，能讓農友在端出五星級地方料理之餘，同時兼顧衛生安全的問題，讓前去遊覽用餐的消費者吃的高興也吃的安心。

畢竟，不論任何產品，品質和口碑極其重要，讓消費者能安心的吃，又能盡情滿足味蕾，於是他們回味之餘，必然心生再度光臨的念頭，也會熱心為之宣傳。

有關中式食品現代化和HMR，洪美英表示，如今方向已定，然細部規劃尚未完整。



如懷石料理般美麗細緻的茄子料理。

原則上食品加工或HMR皆屬於大量生產的形態，協會的做法將是朝向如何將精緻手藝和廚藝，納入量產後的加工成品。

目前我們的傳統產業越來越重視研發(R&D)的工作，也明瞭並非產品上架，銷售成果就會好，想要提高銷售額或品牌聲譽，必須研發出美味的產品並且不斷改良。

洪美英表示，五星級名廚擁有一身的廚藝與創意，更吸收了各國料理的精髓，例如全世界孩子愛吃的義大利麵，便有大廚想出以茄子作為義大利肉醬的素材，因茄子口感更好，會使肉醬更綿密細緻，因此，如能請大廚發揮這方面的才能，將之融入本地的食材，對食品加工業必然能有助益，也必能豐富食品加工產品的樣貌、質感與美味。 網