



慢熬雞精



食時想到你



香迷雞胸肉



鹽酥香雞球

日式唐揚雞



金芬雞塊 - 黃金地瓜口味



大成集團於嘉義馬稠後產業園區另闢食品加工新廠，搶攻宅經濟商機。



搶攻宅經濟 新「食」力！

大成馬稠後食品廠「全臺首創」 食品設備引領新趨勢

轉載自遠見雜誌

疫情改變飲食習慣，各大電商銷售翻倍，國內最大農畜暨食品企業大成怎麼看？《遠見》走訪大成嘉義馬稠後新廠，專訪食品事業處副總經理黃進鏗，一窺「全臺首創」食品設備新趨勢。



大成食品事業處副總經理黃進鏗，分享食品趨勢及新廠特色。



踏入嘉義馬稠後大成食品廠，佔地八千八百坪、高聳廠房一字排開，「這裡有三個入口，別的地方看不到的，」原來方才經過的是人員進出口，「另一個是貨物進出口，還有一個是廢棄物專用通道，避免交叉感染！」八九米高的廠房建造成本雖高，能防範食品受冷凝水污染。

「食品安全是大成的核心！」國家食安標準愈嚴格，大成的競爭力就愈強。黃進鏗副總笑說，畢竟做食品的任何都會發生，馬虎不得！廠內標準甚至比國家標準更高，從園區出入口及廠房高度等眉角便可略知一二。

七大亮點 大成打造食品業先鋒廠

大成馬稠後新廠斥資二十四億，這座符合工業四點零且運用MES及SAP系統的高規食品廠，有何創新看頭？大成馬稠後食品先鋒廠，首重廠內七大亮點設備。

首先，每小時產能逾千包的「小包裝機」，大成購入五臺準備隨時投產；而全熟線燒烤區的「烙印機」炙燒烙印兩用，是目前全臺唯一可直火烙印的機器，相較於電熱式，烙印線條平均、色澤美觀。





超商鮮食也能營養管理，舒肥雞胸肉、雞能蛋白棒方便運動後即食，簡單料理就能吃。



七大亮點，大成打造食品業先鋒廠。



虛實整合新布局 大成食安體質堅強

看好宅經濟下的龐大電商市場，馬稠後新廠的布局及通路行銷策略也相對調整。大成既有多年 CVS 鮮食經驗，產品製程也因應市場單身獨食和外食需求，購入多臺小包裝機。新產品的推出也將優先參考電商數據，作為實體販售的考量。

以馬稠後食品廠為例，客戶對大成的信心大增，訂單量提高，正因親眼見證兩大特色：「生熟分離」及「速度夠快」。大成品檢中心不僅有國家級實驗室 TAF / TFDA 認證，食品廠也依循 HACCP 生產控管及 ISO 管理系統建置，在製程中確保食品安全，大成向來嚴謹把關。舉例來說，生火腿腸推入機器蒸熟，同進同出將導致生熟交叉；大成開了兩道門，生食進、熟食出，直接避開生熟細菌孳生的可能。其次，自動化設備速度夠快，間接讓解凍食品的溫度上升變緩慢，儘早完成分切，控管接觸人員數量，污染就少。

鮮食趨勢及營養管理 大成食品引領潮流

目前大成嘉義馬稠後食品廠主要生產項目包括七大類，分別是：1. 休閒食品類（例：雞塊、鹽酥雞、雞腿酥等）2. 運動補給品類（例：舒迷雞胸肉、雞能蛋白棒）3. 營養補給品（例：雞精雞湯）4. 伴手禮（例：鮮醇 & 紅藜雞肉鬆）5. 鍋物料類（例：花雞丸）6. 冷凍調理食品 7. 植物肉，投產後預計產能為每月二千五百噸，年營業額可達四十億。

早在三、四年前，大成食品就引領食品趨勢，轉往「Ready to Cook」發展，如網購熱銷的黃金脆皮雞腿排、冷凍牛肉麵等，在家簡單料理就可以吃。而當疫情趨緩預期湧現報復性消費，大成除規劃將產品品牌化，更看準健康飲食風潮，推出營養管理的食品，例如低糖、低 GI 食品，準備搶攻未來市場。



大成馬稠後新廠，主攻宅經濟底下的鮮食趨勢及健康飲食風潮，大受市場歡迎。



日式鹽焗醬燒豚



酥嫩雞腿排

大成食品官方旗艦館

食品龍頭打造線上百萬賣場

■ 轉載自蝦皮大學電商專欄

「大成」故事：先鋒者的三大成功關鍵

從物資進口、飼料、養殖、到食品加工與餐飲商場，大成打造從農場到餐桌一條龍的食品產業鏈，默默陪伴臺灣消費者超過一甲子的時間。二〇二〇年底大成加入蝦皮購物成立官方旗艦館，推出不同於以往的產品組合與話題性消費品，建立與消費者近距離的溝通管道，目前已累積超過四點九萬的粉絲人數，創造破二百萬的月營業額。

食品事業處協理劉維聖在受訪中表示，必需品與消費品的經營概念很不一樣，過去更偏重上游，掌握資源與成本是關鍵，然而隨著社會環境變遷，終端消費者成為最重要的成功因素，唯有消費者買單才能夠穩定上游所掌握的供應優勢。從「正三角」到「倒三角」的思維轉換，大成成功從實體拓展到電商，在蝦皮購物平臺上打進年輕族群市場，創造新的記憶點。

身為業界領導者能夠持續成長、不斷拓展事業版圖，大成能夠穩居產業龍頭絕非偶然，一路走來摸著良心做事業，從源頭到餐桌上，大成集團始終扮演消費者食品安全的最佳守門人，「可溯源的垂直整合優勢」、「實在、不取巧的企業精神」、「因時制宜、與時俱進」便是最重要的三大成功關鍵。

從大成看電商 在新領域打造自己的遊戲規則

而在電商之路上，大成走得相對保守，起初三人小團隊經營的「黃金脆皮雞腿排」在電視節目成為爆紅商品，迎來與團購平臺的合作，也成為大成踏進電商領域的開端。而後與超商合作單店揪團的銷售形式掀起一陣團購風潮，首次與「二」合作，開店十分鐘五千箱商品就銷售一空，也成為業界爭相模仿的對象。

「在電商的世界裡，大成就算是供應商的角色也能自己訂定遊戲規則，自己創造爆單產品與新的銷售方式，甚至成為價格的制定者。」劉協理表示這是他十年經營電商以來，學到最寶貴、最印象深刻的經歷。

吸取過往的電商經驗，大成在蝦皮購物平臺上運用大數據資源更精準地掌握消費者的特性與需求，成功以三大定位創造自己的話題性產品：

● **小資族群的個人調理食品**：推出包括小披薩、牛肉湯、排骨等，不管是小資上班族、學生或是小家庭，即使是一個人也可以輕鬆料理的便利美食。

● **低卡健身族群的「高蛋白質」話題商品**：順應近年來的健身風潮，「花椰菜米、舒迷舒肥輕食嫩雞胸肉、國產嫩漬鮮雞胸（經典原味／紐奧良風味）」等商品亦是大受好評。

● **時令、節慶商品**：推出「桐德黑豚極致肉品饗宴套餐」滿足消費者中秋節烤肉、冬季吃鍋等不同時節的飲食需求。

聚焦三大訴求，大成達成目標滿足百分之七十至八十的消費者，大促期間與蝦皮購物配合進行調整，推出新的行銷活動、新的促銷折扣以及產品組合優惠，每每活動檔期都能寫下突破六位數的單日銷售業績。



食品事業處協理 劉維聖



大成於嘉義馬稠後工業區新建全台灣最高規格
的食品工廠，將為消費者提供更多優質的消
費品項。

脆皮金嫩雞腿排



厚骨極排



花雞丸



黃金脆皮雞腿排



無論是否受到疫情的衝擊，即使面對現今全球通膨的難題，大成還是會扎實地邁出每一步路，在品質管控、流程管理、產品開發，以及消費者滿意度持續經營與維持，期待未來組織內部的文化傳承以及外部與蝦皮購物的合作，讓更多消費者看見大成。

展望未來 持續為您的健康生命而努力

「誠信、謙和、前瞻」是大成集團創辦人留下的六字經營理念，貫徹集團的企業文化與發展方向，不投機、不取巧、不走旁門正道，在食品安全上的堅持與把關是大成承諾帶給消費者不變的價值。

未來大成將持續引領先鋒，歷經二年研發的植肉肉正在進行批量製作，將佈局在各大餐飲的業務通路、線上線下的銷售據點，包括蝦皮購物、LINE超商等。與日本昭和產業合作成立的「昭成蛋品廠」預計將在後年落成，麵粉與烘焙產業也正在規劃更全面的垂直整合，從原物料持續向下擴展，發展餅皮、麵食相關產品。

劉協理提及自己的女兒從國小一、二年級便使用蝦皮購物下訂買東西，當時便驚覺蝦皮購物的影響力之大，也因此將蝦皮購物作為大成電商平臺的首選。蝦皮購物擁有破千萬的月來客數，位居臺灣十大電商之冠，對大成來說就像是一間大規模的百貨公司，大成在其中開設了一間小店鋪，將好的品牌、優質的商品用心經營，在平臺上將更多的客人招攬進店面認識大成。

看準百貨般的來客數 直播加持單日就創一個月的流量

去年三月起大成開始參與官方「蝦導播」的直播活動，在一次與國光女神「依依」合作的直播中，單日就創造超過平常一個月流量，效果更是其他電商平臺的十倍，不僅成功吸引消費者目光，更拉近與粉絲之間的距離！與蝦皮購物合作近一年的期間，在品牌經營與產品銷售上都帶來超乎預期的影響力，消費者品牌認知提升與永續經營的助益更是蝦皮購物為大成帶來最重要的價值。

未來大成在通路整合上將更加聚焦，將有限的資源作最好的分配，為蝦皮商城的顧客們提供獨賣產品與特規的產品組合，透過通路分眾，大成將更有效地觸及目標客群，並更精準地滿足消費者的需求。

看似普遍的雞塊類商品，
搖身一變成為孩子挑食的
救星！



大成雞塊是許多人心中的經典雞塊代表，更是無數家庭冰箱必備的糧食之一，熱賣數十年的基本款商品，在馬稠後廠搭配上先進的生產設備，卻有了不一樣的新食感雞塊誕生！你想想過雞塊除了原味和黑胡椒之外，還能吃到有餡料的雞塊嗎？

行銷與研發團隊共同研究市場趨勢，發現到雞塊類商品，除了連鎖速食龍頭會有季節性沾醬搭配雞塊之外，雞塊本身的調味上已經多年來都沒有創新，思索著除了從調味上做變化之外，是不是有其他可能？負責研發該商品的研發黃韻如，偶然想起之前從同事分享育兒經驗中，發現到父母都會為了小孩挑食而感到困擾，如

回歸基本核心商品 創造新食感雞塊

何讓孩子能維持營養均衡，成為現代父母們每日頭痛的問題。結合這兩個市場趨勢及機會點，研發團隊以兒童最喜歡的雞塊去做發想，並從蔬菜類以及五穀根莖類進行挑選，發現地瓜與花椰米很適合作為餡料，經過多次測試後，讓每塊雞塊都能吃到含有百分之二十以上的地瓜或花椰米，讓孩子在吃進雞塊時達到美味與營養兼具的效益。地瓜更選用來自瓜園種植的台農五十七號黃金地瓜，並以烤地瓜泥與地瓜丁拌入雞塊餡料內，香甜綿密的地瓜與鮮甜的雞肉完美比例，一口咬下外層酥脆、內餡香綿，多層次的口感享受是現有市售品沒有廠家能做到的。

花米香雞塊
主打脂肪降低
加纖又美味



金芬雞塊 - 黃金地瓜
全聯七月搶先販售



馬稠後新動力 新品亮點搶先看

■ 食品部產品行銷一課 陳思涵

馬稠後正式營運後，產能是以往永康舊廠的約三倍之多，面對產能擴張，除了積極擴展新客戶之外，對於新品的推動速度更成為首要任務！

**先進設備搭配行銷研發創意
提升競爭優勢**

以往受限於產能，行銷及研發有滿滿創意卻難以實現，只能看著競爭對手持續推出新品，現在大成馬稠後廠正式營運後，完整的五條產線，從原料肉分切、浸漬調味到裹粉裹漿預炸或全熟燒烤，都能在廠內一條龍式完成，挾著垂直整合的優勢，將要翻轉雞肉加工品的市佔率，預計以每兩個月就在實體通路推出一款新型態商品為目標，重新回歸雞肉加工類領導品牌的地位！



良拌雞絲



良拌雞絲
預計七月各大網購平台開賣



疫情不能出國
在家復刻日本居酒屋的美味

除了元老級經典商品雞塊之外，大成另一項隱藏版雞肉加工品——日式唐揚雞，則是供應給許多餐飲業者且默默熱賣的明星商品。在馬稠後新廠將產品升級，選用鮮嫩雞腿肉厚切，並搭配日本進口正宗裹粉，加上六道日規工序讓外層薄皮完整包覆厚實雞肉，一口咬下多汁鮮嫩，充滿日式風味的口感瞬間在嘴裡蔓延開，在家也能以氣炸鍋快速上桌，防疫之餘也能一解無法出國之相思情，品嚐到正統道地的美味唐揚雞。

防疫自煮比例提升 即食商品當道

今年度隨著疫情又逐漸升溫，防疫自煮生活進入了加長賽，對於煮夫煮婦們每餐該準備什麼料理，又成了另一個新的煩惱。大成馬稠後廠的雞精蒸煮線，擁有舒肥法、熬雞精以及雞肉絲熟品的設備及技術，能供應採用舒肥法製成的舒迷雞胸肉，也能生產營養價值高的慢熬雞精，更在二〇二二年夏天即將要推出「良拌雞絲」新品，良拌雞絲選用國產雞胸肉，以冷藏鮮肉當日新鮮調理，搭配特有的拆絲技術，能保有雞肉鮮甜及肉絲口感，解凍就能即食，不管在拌麵拌飯還是拌菜，將成為消費者餐桌上的好良拌，為自煮市場帶來新的選擇。■

日式唐揚雞 全聯就能買得到





地瓜 雞塊

台農57號
黃金地瓜
使用

Sweet Potato
Chicken Nuggets
鹹甜美味，一吃愛上！

雞塊新食感！
香酥纖甜
鬆軟綿密

販售通路：全聯搶先上市



黑蜜豬
柯德黑豚二世
BERKSHIRE II

蜜斧 豬排

Tomahawk
Pork Chops



鮮甜如蜜！
240天
孕育獨特圓潤香氣

全家、MOMO、極禾楓肉舖

圖片僅供參考，產品以實物為主

