

聯瑞實業有限公司

高品質海鮮醬料產品之開發計畫



成立日期：85年5月
 負責人：吳梁惠
 資本額：2,000萬元
 員工人數：30人

經營理念

在產品上的創新突破，以奠基於業界標準為目標邁向「最有價值的冷凍食品供應商」的領導品牌而努力，務求達到完美品質且符合市場的脈動。堅持以高標準的品質控管以及先進的工廠生產設備，達到美味與品質的極致表現，讓聯瑞實業獲得來自使用者的讚賞。藉由原料、成品、半成品、加工品和調理食品的整合，輔以完整的銷售服務系統，聯瑞實業配合著踏實的策略性佈局，研發出兼顧美味和高品質的多樣性產品滿足各種不同消費者的需求。做為市場潮流的領導先驅，聯瑞實業將會以全方位市場的角度規劃各式產品，聯瑞實業的堅持與用心也將會是永續經營最高理念。

本案合作之技轉單位

財團法人食品工業發展研究所

計畫緣起

- (一) 專業經驗結合國際視野：以聯瑞實業 40 多年冷凍水產調理經驗，結合外銷出口海外所觀察之國際飲食市場趨勢，掌握到日式料理於 2020 年之布局與規劃，搭配此一風向進行產品構思與開發。
- (二) 開發優質健康競爭產品：觀察上述之國際市場脈動，結合自身水產加工專業經驗與不添加防腐劑之商業堅持，結合冷凍技術與食品科技，嘗試開發出高經濟價值之海鮮醬料產品。
- (三) 發揚台灣專業食品工藝：以日式料理為目標，以台灣技術為立足點，推廣台灣專業，向世界發聲。

新產品簡介

象拔蚌沙拉：傳統日式料理視象拔蚌為高價值海鮮食材，日本築地市場頂級壽司料理多以「活象拔蚌」進行料理現場提供。受限於地區與運送保存等因素，導致象拔蚌價格居高不下。並由於象拔蚌肉富含水份，用於稠狀醬料中易於影響乳化安定性。本新產品經開發與反覆研究，已達「易於保存運送」、「稠度高、乳化安定」、「價格親民」等優勢。



圖 1. 商品成果照 (1)

計畫創新重點

- (一) 耐凍解反覆之穩定型態產品：經冷藏與冷凍 14 天以上，依然維持 99% 以上之安定性。
- (二) 結合高經濟價值海鮮料理：突破傳統象拔蚌被認知為「高價海鮮料理」、「不易品嚐」之既定概念，將高價值之海鮮與稠狀醬料結合並便於儲存與運送，帶動全球日式料理市場品質升級。

研發成果及衍生效益

依據 2013 年日本農林水產省預估之全球日本料理市場之全球產值為 6 兆日圓 (1.8 兆台幣)，其中「壽司料理」約佔當中之 23%；單以「軍艦壽司」+「海鮮沙拉」之目標組合，本計劃產品預計創造達 2000 萬台幣之全球產值。

專案執行重要心得

傳統技藝結合食品科學：過去 40 多年處理冷凍調理海鮮之經驗，在經過不斷的嘗試與錯誤當中進行摸索後逐漸將經驗與技術轉換為「專業」。藉由本專案計畫將過去製程、分析上的經驗法則，改以科學、數據化的方式作呈現，如此不僅有利於產品特性的說明，更可帶動整體工廠技術性與專業性提升到另一層級。

從業人員專業技術提昇：過往工廠進行調理海鮮製作往往仰賴經驗傳承之技術調配與廠務的「感覺」進行配方調整，本專案引入食研所的專業技術整合與教學，帶動廠內人員的認知與專業知識的進步。並將過往憑「經驗」所開發出的配方修正為以實驗設計搭配科學化數據分析的方式，縮短研發時程，且讓整體研發過程更專業、更具系統化，進而也可提升內部研發能量。



圖 2. 商品成果照 (2)



圖 3. 商品成果照 (3)

