

# 久津實業股份有限公司

## 即飲全果蔬果汁產品開發計畫

### 公司小檔案

- 成立日期：民國 61 年
- 負責人：王貴增
- 資本額：新台幣 20 億元
- 員工人數：235 人
- 經營理念：

誠實\_真心付出、以誠待人；真實\_講求實際、不求需表；踏實\_穩健自信、積極創新



### 計畫緣起

國內包裝飲料中，蔬果汁由於其特殊風味及消費者對健康的訴求，所以在飲料市場的占比歷久不衰。蔬果中富含大量的維生素、礦物質、抗氧化成分和膳食纖維等，具有良好的保健功效。由於蔬果製成果汁後只能保留部份的膳食纖維。大多的膳食纖維都隨果渣丟棄，減少了膳食纖維量的攝取。利用酵素水解方法可以提高產品的膳食纖維含量。

計畫擬針對果菜汁中最常添加使用的胡蘿蔔原汁，引進酵素水解的生物科技生產出保有原生果所含膳食纖維、口感濃稠的蔬果汁產品。再由研發團隊調配開發出厚實且順口風味絕佳的產品，種種技術都是本計劃的一大挑戰。

### 新產品簡介

經由使用全果胡蘿蔔汁所調製之產品。最終產品再導入公司冷藏 TR18 新鮮屋生產線進行產品量化，以達具有天然蔬果纖維風味及口感絕佳的產品，促進消費者的健康。



全果胡蘿蔔

### 計畫創新重點

本計畫開發部份分為兩大部份：(1) 為胡蘿蔔全果原料的開發。(2) 即飲全果蔬果汁產品的開發及試製。

### 創新之重點

對於現有原汁榨取的技術，大都以生果直接榨取為主，產品的步留率平均在 70~80%左右，剩餘的殘渣部份一般為了原汁的口感而濾出成為榨汁工廠的廢棄物（纖維 100%脫除，而步留率僅 70%），而殘渣因為無法即時利用所以成為浪費也間接造成了成本的提高。本計畫提出新的原汁製造方法，因此建立已殺菌蔬果泥纖維水解酵素後添加技術。如果此製程進入量產階段則可應用於各種含纖維量多的水果，進行其它口味原汁的開發。

### 新產品競爭優勢分析

產品競爭優勢分析

公司名稱	本公司 (久津)	廠商 A	廠商 B
項目			
1. 市場區隔	100%全果果蔬汁	稀釋果汁	稀釋果汁
2. 技術或服務優勢	果蔬汁品牌市占率第一名	果汁產品品牌強勢	運動飲料第一品牌
3. 關鍵零組件之掌握 (申請 ASSTD 計畫免填)	酵素水解全果原汁	一般規格	一般規格
4. 品質優勢	研發果蔬汁經驗豐富、果蔬汁第一品牌	牛奶第一品牌：果汁品牌強勢	運動飲料品牌強勢
5. 其他優勢	工廠生產線齊全，果蔬汁產品規格豐富	冷藏通路強勢	品牌知名度大

產品技術應用範圍

關鍵技術	應用範圍
胡蘿蔔全果破碎及果泥殺菌技術	不同種類富含纖維蔬果全果果泥的生產高固形物泥狀食品殺菌
水解酵素無菌過濾及水解條件製程控制技術	不同種類富含纖維食品的液化膳食纖維果渣微細化
即飲全果產品流變性質測試與冷藏品風味調合生產技術	不同種類蔬果全果原汁的生產

### 研發成果及衍生效益

計畫技術應用方法	量化分析	預計時間	配合措施
富含膳食纖維胡蘿蔔汁技術轉移至格菱公司且穩定量產供貨久津	預計獨家供應久津胡蘿蔔全果原汁，初期年度供應量 800 噸/年，售價 16 元/kg，營業額 12,800 (仟元) /年	99.02.01	1. 配合久津新品量產計畫生產 2. 原料久津獨家掌控。
研發富含纖維胡蘿蔔汁及鳳梨汁 (全果胡蘿蔔汁口味 100%果蔬汁)	預計全國冷藏通路 18000 點，產品 400cc 售價 30 元，每點每日 2 瓶銷售，營業額為 360,720 (仟元) /年	99.02.01	計畫中全果冷藏果蔬汁飲料，全國冷藏通路上市
以富含膳食纖維胡蘿蔔汁為原料研發常溫果蔬汁販售	預計轉為及 TP250 包裝銷售，一箱 24 入售價為 360 元。每月銷售 10,000 箱，營業額為 3,600 (仟元) /月	99.05.01	全國常溫飲料通路上市

### 專案執行重要心得

由於此計畫新原料屬於高黏度的泥狀流體，在原料殺菌測試時搭配管式殺菌機進行測試中，找出最合適的殺菌方法及條件。受制於產品黏度高的關係，對於殺菌方法、條件及殺菌後全果果泥與水解酵素的混合程度需要非常用心測試及團隊的討論來解決產品製造流程上的問題。關於酵素水解條件，對於水解酵素所需要最適合的水解溫度、時間、酸度及 pH 值經過多次實驗室與工廠線上實地測試後，已確定上述條件之生產最佳參數。綜合以上數據有利於新型全果原料實際線上量產。在此次計畫後半段，在進行計畫的同時也針對不同種類的水果進行經水解酵素產生新形水果原汁的測試，初步已有不錯的成果。



全果新產品包裝及方向1



全果新產品包裝及方向2