

金蘭食品股份有限公司

金蘭輕食餐車創意設計計畫

公司小檔案

- 成立日期：民國 25 年 5 月 8 日
- 負責人：鐘淳仁
- 資本額：新台幣 176,572 萬元
- 員工人數：88 人
- 經營理念：

創新來自於對品質的堅持！因為品質穩定、良好，使得金蘭有更多的心力去創造更優質的商品與服務。除了持續提供消費大眾擁有「一世人的堅持」的高品質金蘭醬油系列產品外，更將以回饋社會、互動教育、創新研發、健康環保的企業經營理念讓公司永續經營。

計畫緣起

面對市場同業競爭逐步擴大，與通路業者壯大對於產品市場的進入困難問題，金蘭必須有較突破性的直接通路經營，因此考量屬性適合於金蘭食品的通路，進行策略的考量與拓展。事實顯示，金蘭食品的通路多數卻不再於零售市場，外銷國際的金蘭食品製作，其原料的製作在東南亞市場與東北亞均具有一定的口碑、而真正的金蘭食品在餐飲商用業務市場上，仍然具有一定的分量。

金蘭食品公司是多元發展的公司，雖醬油醬菜是為金蘭食品的大宗，但是實際上金蘭食品可進行製作的食品與項目，還有最重要的技術能力上，其實有其很完整的背景、空間、資源、和研發等，與其他公司來說算是相當具備的公司(包函醬油醬菜食品、點心類食品、甚至酒品的製作)，透過該層面資源的考量，即便今日的金蘭被設定為老公司的範疇，但是本質本能上卻相當具有實力。

因此，結合上述的觀點，金蘭如果希望能夠在國內非零售市場上，持續擴張應該發展屬於國內的自我通路，直接把產品透過這些直接通路進行銷售或使用，其企圖在於改善金蘭食品在層層通路剝削或者商業市場使用的問題上，將會有莫大的幫助。

新產品簡介

市售滷味使用金蘭醬油的比例佔 7 成以上，除此之外，豆製類食品與食品研發技術，更是金蘭所具備的絕對優勢，開發自有輕食滷味通路，等於自行提供穩定的需求與就業機會，打造專屬金蘭輕食滷味的餐車，是有其必要性，滷味是華人生活圈相當熟悉的美食，導入東方中華美味意象，將識別度高的中式建築語彙，與餐車外觀做運用與結合，並且改善食材展示諸放的方式，避免坊間雜亂低

價的攤販形象，從色香味的感知，直接刺激消費者的感官，並相對提升金蘭品牌露出曝光的機會，為本餐車產品的構思重點。





計畫創新重點

1. 本計畫開發內容：

餐車平台主要分為餐車主體、食材展示平台、滷味烹煮爐台，將三個部分進行組合與延伸，導入東方美食的意象，提升識別度價值感與集客效應。

2. 創新重點：

以現有餐車平台設備規格為內在引擎，木質與金屬做為材質應用的主要考量，控制成本的前提下，設計出使用便利，利於加盟推廣的餐車平台。

3. 新產品的競爭優勢：

- (1) 開發方面／以規格品為模組主幹，提升製作效率與製作成本。
- (2) 設計方面／外觀採用中式建築與東方文化語彙，成為餐車平台的提味重點，提升自助食材展示平台的呈現效果，而食材展示平台，設定為食物的舞台為概念進行，讓自助挑選食材品項時，有簡明的邏輯可循，讓視覺直接吸引並簡化購買行為，在各方面的設計輔助之下，企圖推廣台灣小吃，深化美食文化的印象，讓平價美食也能達到精緻感受。
- (3) 銷售方面／餐車的設計，同時具備廚房與商店的特性，對於未來加盟金蘭的創業者，可以減低購買設備與裝潢店面的成本，加上金蘭本身穩固的品牌形象，與食品原料供應優勢，勢必帶動加盟者的增加。每開一家店就等同多一家通路，等同創造了供貨需求，因著自產自銷的模式，完全避免掉中間商的剝削與利潤分配，而品牌形象隨著展店數量增加，也達到宣傳推

廣的效果，對於金蘭與加盟業者雙方，將預期能夠締造雙贏的局面。

研發成果及衍生效益

目標項目	計畫前狀況	完成後狀況
1. 研究發展能量	公司的內部有食品研發團隊，進行品質的改良與口味的創新，另有行銷團隊針對族群，市場定義操作，在自營的醬油博物館，大溪觀光群聚，與通路產品銷售的資源，進行分工。	●引進設計能量協力活化組織內部既有開發 ●針對餐車平台設計規劃進化 ●創意開發概念導入
2. 研究發展制度	●設計指令由董事長直接下達 ●自有行銷工作團隊，定義年度預算與計畫內容。 ●經營既有產品線 ●開發新產品線	●品牌精神導入設計指令由董事長下達專案經理，經分析後開案執行 ●創造新事業群，依照品牌特性與定調進行 ●設計延伸相關產品線，不單純專注於醬油醬菜類商品，開始尋求相關外協合作。

專案執行重要心得

夜市或是路邊攤的形式，是一般人對台灣小吃的第一印象，雖然嚐到了美味，但是小吃業者在有限的成本之下，使用的設備與器物較為陽春簡陋，卻缺乏呈現美食的氛圍，而喪失了對食物的尊重，所以為了翻轉一般人對於小吃即廉價美食的觀念，以及當下所受到的景氣影響所產生的創業潮，金蘭投身小吃美食加盟事業，外在內在兼具的前提下，可以提升整體餐飲加盟的水準，又因為本身穩固的體質與企業形象，減少了微型創業者的經營風險。

藉由本次創意食具專案計畫，以及工業局與台灣創意設計中心的媒合與輔導，金蘭走過 70 載的品牌形象得以提升，重新擦亮老字號龍頭的招牌，除了提供國人用心、實在、的好味道，更能開發新的輕食滷味加盟事業體，以更貼生活與創意的角度，發展一系列獨具特色的創新商品，增長了金蘭本身行銷的廣度與深度。也因著台灣第一家醬油文化博物館開幕，準備好迎接未來蓬勃的觀光旅遊商機，藉由自營的通路以及配合的業者，推廣更多更有新意的金蘭相關產品與服務給社會大眾。

歷史悠久的金蘭食品，面對瞬息萬變的市場變化，在年輕董座的帶領下，換上新的思維與求新求變的轉型企圖，與年輕有衝勁的二十五點創意製作一同出擊，以品牌為思考，以商品為操作物，在政府相關單位的協助之下，相信能擦出不可思議的創意火花。