

奇巧調理食品股份有限公司 量產化可微波傳統餡餅之開發計畫

■公司小檔案



甲、成立日期：91年7月16日

乙、負責人：陳瑩昇

丙、資本額：28,000,000

丁、員工人數：120人

戊、經營理念：

奇津創立於民國67年（西元1978年）為奇巧的前身，創辦人兼董事長－陳義在先生，早期秉持著對麵食文化的濃厚興趣，致力於冷凍水餃開發，憑藉著自身的毅力，闖出了一片天，堪稱水餃界之翹楚；奇巧在他的領導下，不斷的研究開發、從手工到機械自動化生產、求新求變，以積極的心、穩定的品質，滿足了客戶的需求，更透過優良的形象包裝與開發行銷管道，奠定了奇巧在食品界的知名度及更寬廣的發展空間。

己、本案合作之技轉單位：

翔智國際企業管理顧問有限公司

■計畫緣起

本公司進入CVS的經驗較少與較晚，如果與統一及第、桂冠食品、金口香（金品冷凍）…等公司去競爭現有商品市場，必將導致削價競爭而產業均沒有利潤的結果，必須積極開發新產品與新技術切入市場才有機會，因此，考慮到提供外食消費者更多元的餐飲選擇選擇與協助自身切入CVS通路的利基，嘗試投入本專案開發計畫。

■新產品簡介

奇巧調理食品設計煎台設備，讓餡餅經蒸煮後再煎熟，開發此創新技術的微波加熱餡餅，可增加消費者的選擇性，並增加銷售通路，進而增加營收。網路、平面媒體宣傳亦可使消費者在挑選冷凍調理食品時了解其品牌知名度，在既有通路可提升銷售量。

本公司可藉由此次微波餡餅的技術開發，應用其技術於其他既有品項的冷凍調理產品，並可開發新品項之微波加熱產品，加強市場區隔性。

■計畫創新重點

本計畫開發之微波加熱餡餅，為目前市場中尚未出現之產品，雖然就其產品本身為傳統麵食中點類食品，但將微波加熱的開發技術運用於餡餅製程中，即創造出一種便利性的新商品，可使微波加熱餡餅於更多的通路上販售，增加便利商店既有微波商品的多樣

性，增加消費者選擇性。

1. 減少消費者烹煮產品的麻煩。
2. 符合消費者即食性需求。
3. 增加微波加熱產品多樣性。
4. 增加個人化之商品設計。
5. 牛肉與豬肉兩種較為大眾接受口味的開發。

■研發成果及衍生效益

1. 成功開發兩項新的產品，分別為牛肉與豬肉餡餅，已於十月份開始上架販售，十月中兩品項銷售總數為4200包，由此推估單月銷售數量為8400包，兩品項月營業額可達33.4萬元，故預期年度銷售額可達400.8萬元，公司將投入行銷與廣告預算，參與各項食品展，強化新產品的曝光率，增進實質銷售額。



2. 藉由此計畫，公司也新聘任兩位研發人員，期望可以激盪更多想法，開發更多創新且符合大眾口味的產品。

■專案執行重要心得

奇巧食品以經營製造冷凍調理麵食點心為主；除承襲了傳統麵食點心的製作技術，更進一步研發新產品。在目前多元化的社會，為符合消費大眾的需求，除了傳統生產的水餃、鍋貼、蒸餃、湯包外，更希望開創更多新產品提供消費者更多的選擇及新鮮美味的

味覺享受。本次計畫的研發，就是因應現在外食族增加，方便已成了消費者的第一考量，但又希望可以方便和美味兼具，為此奇巧開發“可微波餡餅”，讓這項廣受大家喜愛的中式點心也可以“方便”食用。

實際上有想法是一回事，要把想法實踐又是一件辛苦與耗費研發成本的事情，屢次失敗的挫折感更是

重重的打擊了團隊的士氣，幸虧在多方的協助下，順利的完成了豬肉及牛肉兩種口味的可微波餡餅，也完成了煎台設備設計，讓奇巧與同業有了差異性，並大大提高市場的競爭力。

由於這次傳統產業技術開發計劃的專案執行，是公司首次的經驗，特別感謝計劃辦公室牟專員熱情及耐心的協助，並有各樣的說明會辦理，一方面協助公司能夠配合計劃時程進度的展開，有效率的完成各項工作，學習到專案管理的技能，無論是在計畫審查、期中查訪，學者專家也都提供我們很多具體建議與指導。展望未來，公司在這次專案執行後，讓研發團隊

對未來的工作與發展更具信心，將持續努力進行公司創新研發，滿足消費者與市場各類需求盡心盡力。

