

## 齊心齊力面對萬變市場

觀光工廠開啟新型態的品牌對話



1\_ 裕賀食品建置觀光工廠，以第一線的方式與顧客溝通，傳遞牛肉的知識與品牌核心價值。2\_ 觀光工廠 2 樓知識區展出牛品供應商之成功故事與營運經驗。  
3\_ 裕賀牛觀光工廠透過陳列展出傳遞牛肉絕佳風味的溫度控管與運輸關鍵知識。



近年來，台灣食用牛肉的需求日益蓬勃，民眾對於牛肉的要求也與往日不同。然而，因先天地理條件緣故，台灣牛隻數量不若其他畜牧大國，牛肉得以進口為大宗。走入燒烤店、各大超市、賣場，自美國進口的高級冷藏牛肉，裕賀公司占了將近 35%。



Profile

Case  
01

裕賀食品  
股份有限公司

- 1959 年由創辦人洪宗奇創立於高雄。早期為冷凍製冰產業，現為牛肉進口業。運用科技改善設備及技術升級，以提供國內客戶鮮美肉品。
- 2019 年於高雄燕巢成立「裕賀牛觀光工廠」，為全台首家牛肉觀光工廠。
- 2010 年高雄燕巢工廠落成，通過 ISO / HACCP 驗證。
- 1988 年率先引進冷藏肉，鋪貨各大超市及賣場。
- 1972 年台灣首家進口牛肉業者。

10 年前，台灣吃牛的人口，多以牛排館，或韓式的醃漬牛肉為主，牛排館注重師傅的烹調技術，而韓式牛肉則是調味重於肉質，那時品嚐肉質原味的日式燒烤店寥寥無幾，但誰能料想到 10 年後，滿街滿巷主打原汁牛肉的燒烤店，竟打開了台灣吃牛人口的新市場。

但台灣本土牛隻少，要能滿足老饕的口腹，就不能不提拓展牛肉食用市場的一大功臣——裕賀食品股份有限公司。

### 因緣巧合進入牛肉市場

創立至今已超過一甲子的裕賀食品，最早並非從事牛肉進口產業。1959 年，創辦人洪宗奇，在西子灣沿岸處，設立了冷凍製冰廠，1972 年，在經濟部物資局的委託下，輾轉開始牛肉的進口與銷售，成為台灣第一家進口牛肉業者。如今 60 個年頭過去，裕賀食品由第二代、第三代的洪家人，繼續攜手，協力經營。

牛肉在台灣，一直以來都算是高價食材，除了在肉類中營養價值最高外，更因為牛肉在台灣取得不易，多數的牛肉，都必須遠渡重洋而來。但是，要如何在長途運送過程中，保持肉品的新鮮與穩定，就是一大考驗。

1988 年，裕賀食品超越了市場最常見的冷凍運輸，率先引進冷藏肉，鋪貨至各大超市及賣場。冷藏肉的保存，從剛屠宰的新鮮牛肉開始，在運輸、分切、包裝等每一個環節裡，全程溫度必須維持在 0°C 到 -2°C 才能確保肉質，並在冷藏環境裡，透過肉中的蛋白酵素嫩化肌肉纖維，漸漸熟成。熟成後的牛肉嚐起來，比現宰牛肉更軟嫩、風味更濃郁。

「貨號管理很重要。」裕賀食品總經理洪旭慶說，採以冷藏運輸的熟成牛肉，保存期從冷凍的兩年，縮短為僅僅兩個月，「但



1\_ 裕賀食品公司目前已傳承至第三代，成員陸續加入企業經營。2\_ 觀光工廠 2 樓以牛肉學校的概念打造展覽傳遞新知。3\_ 在這不僅能品味美食，也能從故事館中了解頂級牛肉誕生的過程。4\_ 裕賀食品總經理洪旭慶。

## 面對難以預測的市場環境，隨時應變同時更須主動出擊。

是市場每天的供需狀況都不同。」如果引進了過多的肉品，而台灣餐廳需求不足以消化囤貨，這些牛肉一旦超出保鮮時限而未能即時反應，肉品即無法販售，也必須全數報銷。

面對難以預測的市場環境，裕賀食品在隨時應變同時，更主動出擊。其一，在仰賴過往經驗進行決策外，額外引進電腦系統，有效控管貨號。其二，大膽投資頂尖設備，為求冷藏、冷凍過程中的品質優良與穩定。其三，與在地知名大學產學合作，積極導入牛肉的科學知識，突破食材的美味新邊界。其四，建設觀光工廠，直接以第一線的方式與顧客溝通，傳遞牛肉的知識與品牌核心價值。

### 全亞洲第一間牛肉觀光工廠

座落在高雄燕巢的裕賀牛觀光工廠，不僅是台灣第一間以牛肉為主題，更是全亞洲規模最大的牛肉觀光工廠。觀光工廠旁，併立著裕賀的生產廠房。

「買土地是種緣分。」總經理洪旭慶說，「裕賀從南部起家，所以想要在南部也有個據點。」公司成立之初，廠房就建在高雄西子灣，鄰近港口，地緣方便。

2010年，購買土地時，在價格、地利等綜合考量下，燕巢這塊地最為投緣，於是便投資做為工廠用地。不過，原以為能運用此地，在生產廠房旁建造餐廳，供內部洽談生意使用。著手進行後，竟發覺不符合國家工廠用地的規範。於是積極找出解決方案，最後，決定成立觀光工廠。

紅色調為主體的建築內裝，1樓走廊處是用透明玻璃圍出的牛肉販售區，可清楚看見牛肉各部位的新鮮程度；深入觀光工廠，內設有燒烤區與涮肉區，供民眾購買

牛肉後即烹即食。整點時分，場館進行定點導覽，帶領民眾前往2樓全牛教室，並將牛肉處理的過程透過不同展區呈現給民眾；3樓品牌故事館，則進一步以科學方式讓顧客了解裕賀牛的歷史背景。

「貴的不一定好，好的不一定最貴。」總經理洪旭慶說，「希望能夠透過觀光工廠，讓民眾不只品嚐好牛肉而已，也可以應用從這裡學到的小知識，在日常生活中一樣能夠享用到高品質的牛肉。」

在新型冠狀肺炎疫情肆虐的午後，觀光工廠的來客量並未受到明顯影響，平日用餐時間，在地民眾不在少數。「我們受到高雄很多的照顧。」總經理洪旭慶提及，因為首次建造觀光工廠，對於行政細節並沒有過往經驗，還好有高雄市政府經濟發展局大力協助與輔導，讓裕賀牛觀光工廠的理想願景能夠順利實現。

比如為了便利大聯結車收送貨，同時兼顧鄰近學童上下學安全，市府經發局協助

觀光工廠的路口開通，也加速執照核發的作業流程。而由於觀光工廠地處燕巢，離市區較遠，市府經發局也協助設立指引路牌，讓來訪客人能夠順利抵達，以行動支持進口牛肉業者轉型為高雄第一家牛肉觀光工廠，而裕賀牛觀光工廠也不斷創新、嘗試，館內結合肉品、知識與故事，讓來訪民眾能獲得更多豐富體驗。

2019年開幕的裕賀牛犇觀光工廠，取名叫做「牛犇」有其特殊意涵。拆解來看，裡頭有5隻牛，而「犇」字音同「群」，代表著齊心齊力的期許。裕賀食品公司，目前第三代成員已陸續加入企業經營。

未來難以預測，但在大時代潮流的快速變動下，台灣的宗教、傳統務農社會習俗將逐漸淡化，總經理洪旭慶保守估計，「吃牛的人口將會越來越多。」走過一甲子的裕賀食品，相信未來也將以「牛犇」的精神持續努力，帶給台灣民眾更多、更好的牛肉產品。🍖