

投稿類別：商業類

篇名：

意猶未盡—義美食品

作者：

阮佳葦。國立海山高工。資料處理科三年甲班  
郭巧勻。國立海山高工。資料處理科三年甲班

指導老師：

郭玉霜老師

鄭益華老師

李麗英老師

## 壹●前言

### 一、研究動機

義美是個耳熟能詳的品牌，在台灣食品業奠著不敗的地位，低調的行事風格使它蒙上一層神秘面紗，因此令我們想知道它的產業發展是如何？為何能永續發展到現在？對於社會大眾的貢獻又有哪些？未上市(上櫃)對公司有何影響？對未來商機如何規劃？

目前網際網路的發達，促使許多企業必須改革內部行銷方案，跟上時代的腳步，因此對於義美這個有歷史的品牌，我們好奇它對於這方面有何因應方式，又是如何使產品線往外擴張？

### 二、論文大綱

(一)義美企業簡介

(二)研究發展

(三)SWOT 剖析

(四)義美對未來的期許

## 貳●正文

### 一、公司簡介

#### (一) 起源與經營理念

義美創立於 1934 年，高騰蛟先生從一家糕餅店，發展到全國性直營的義美門市，當時經濟艱苦的年代，『義美對於產品管理抱持著「生產重品質，品質重衛生」的理念』(註一)，真材實料地把食品做好，使食品入顧客之口，便能感受到品質優劣，對於本土文化、環境更視為己任，「以真誠實在、勤儉的企業精神作為永續經營的基石。」(註一)



圖一、義美商標

義美目前仍是未上市(上櫃)，雖然資本不容易進入，訊息不流通，在面臨週轉困難時，較難籌措資金，法規上受到的限制較少，經營管理較自由，也不必定期公告財政訊息，對於公司而言，能節省不必要的支出，專心的經營企業。

(二) 沿革大事紀

表一、義美沿革大事紀

年份	事件
1934 年	一家糕餅店創業義美創立
1955 年	開始自營牧場，提供品質純正，新鮮的牛奶給消費者，以及做為自己產品的原料。
1970 年	建立義美六堵廠---生產煎餅、法蘭酥、狀元酥、米果及相關禮盒。
1975 年	建立義美龍潭廠---生產餅乾類（健康取向蘇打餅乾、夾心餅乾、高纖餅乾等），零食類（小泡芙等），糖果類（牛奶糖、果汁瑞士糖等），巧克力類（巧克力酥片等），羊羹類及相關禮盒。
1982 年	建立義美南崁廠---生產新鮮麵包、西點以及訂婚囍餅、月餅、蛋糕、傳統糕餅、肉品、冷凍包子饅頭、乳品、冰品、果汁、飲料、QQ 軟糖、水餃、布丁、貢丸、茶碗蒸、雞湯等。
1998 年	建立越南米果廠 更推出現烤麵包、現煮咖啡、現作水果冰淇淋等，
1999 年	高騰蛟出任英文台灣新聞(Taiwan News)董事長。
2004 年	台糖義美決裂
2010 年	2 月 13 日義美食尚購物城，線上商店正式宣佈開幕 9 月 6 日「高騰蛟董事長逝世」(註二)

(註三)

二、研究發展

(一) 內部發展

1、自動化生產

自動化生產對於義美而言，是使產業擴大的墊腳石，當初生產椰子夾心酥、蛋卷...時，因為規模不大且不夠自動化，使得產品整年供不應求，利用自動化生產，有效運用人力資源，使的產量達到最大，達到生產效率，並嚴格控管品質以提升產業競爭力，維持別人難以超越的技術，建立領先地位。

2、品質衛生管理

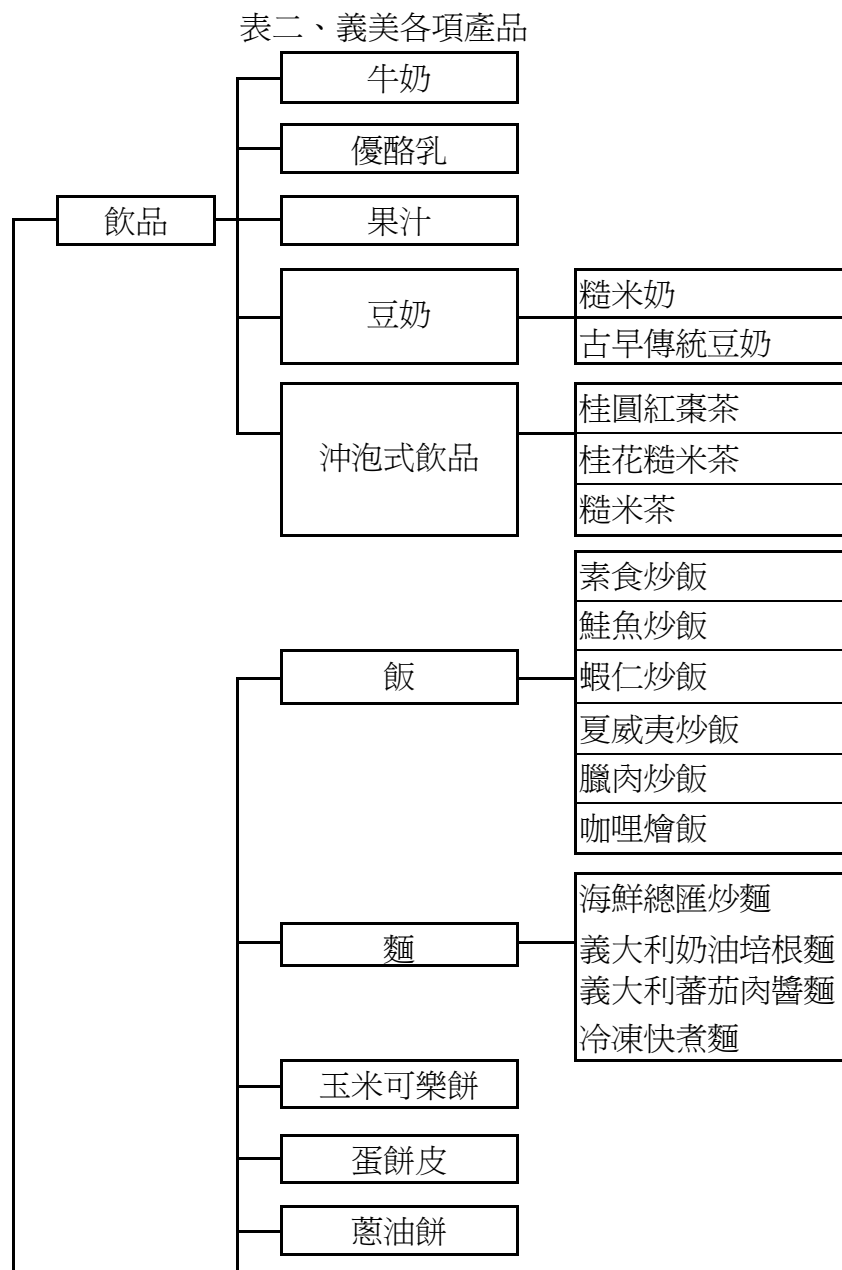
台灣食品業實施作業規範 GMP 制度，從生產過程加強衛生管理，重視人員、原料、設備、方法，通過 GMP 對於廠商本身產品、產業都具有實質的正面意義，對於消費者而言，更能安心享用。

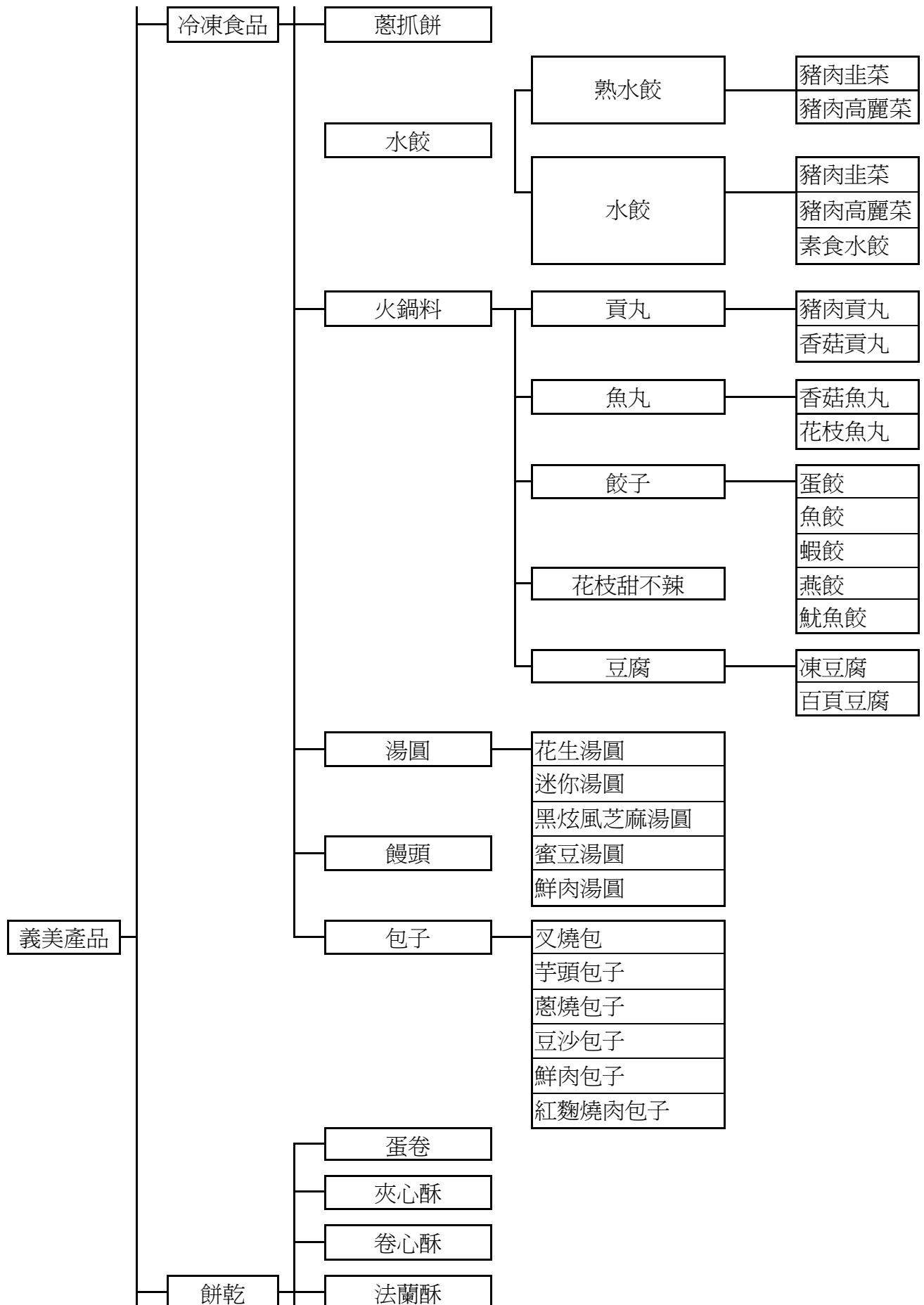
### 3、夜間儲冰式

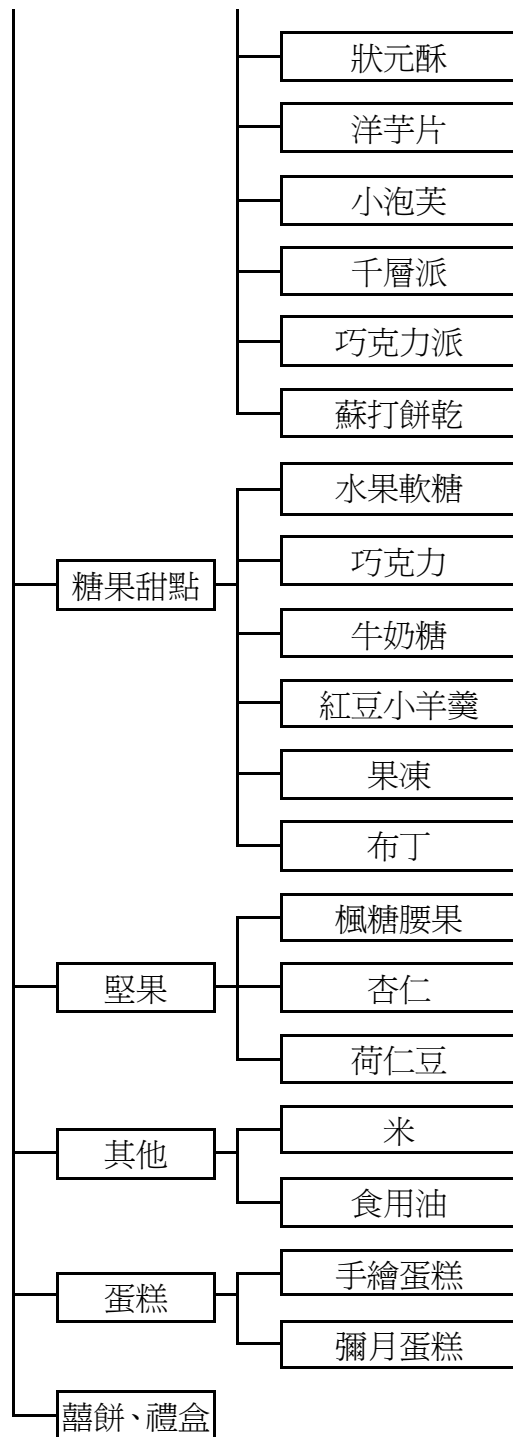
爲了節省成本，以提高利潤，首創「夜間儲冰式」空調系統，利用夜間較便宜的離峰電力，將儲水結冰，供應工廠全日空調，降低日間尖峰電量。

### 4、產品線

產業的產品線完整，市場佔有率比率較高，其產品銷售量越大，並確定產品線的最佳長度，就能爲企業帶來最大的利潤。義美爲化解食品淡季，營業額下降、人事及機器設備等固定成本，投資飲料、冷凍食品...等，減少淡季對於產業的衝擊，使得產品更多元化，全年生產營運平均發展。







資料來源：本組整理

### (1) 產品線廣度

「**產品種類**的多寡，**種類愈多即產品線愈廣**。」(註四)義美的產品種類很多，因此產品線廣，產品通路也隨之增加，另外結合故宮藝術品作為外觀包裝設計，「故宮之美」系列禮盒，以及「桃園之美」伴手禮盒，讓藝術與台灣道地美食結合，提升產品附加價值，間接宣傳文化之美，進而提升產業品質。

## (2) 產品線深度

「同一種類產品項目的多寡，產品項目愈多，產品線愈深。」(註四)義美一種產品有許多種口味，形成系列化產品，消費者可以依照自己的喜好選擇，滿足不同需求，並占領多個細分市場，提高經濟效益。

### (二) 外部發展

#### 1、海外市場

義美主動且積極向海外市場與人一爭長短，目前在越南設有農產品加工中心，因為在越南原物料取得方便。更與韓國食品大廠 CROWN、麥當勞、漢堡王等國際知名食品業者合作，透過相互代工、交叉行銷。雖然目前未進大陸設廠，但義美的產品在香港、大陸也都可以買得到，最近義美的蛋糕在香港銷售量暴增，大陸市場的反應熱烈。在已開發的國家，美國、澳洲、日本、韓國等市場更佔有一席之地，都意味著義美食品獲得各國消費者的喜愛。

#### 2、網路市場

隨著網際網路的普及，義美爲了因應現在趨勢，利用 facebook、plurk 等社群網站行銷，傳達各項產品消息，使消費者透過網路即可得知，並透過許多優惠方案促使消費者至門市消費，在官網部分，建立義美食尚購物城，讓消費者在網路上即可直接下訂單，使消費者能夠便利的購物，並且設置紅利積點，以回饋消費者。除了義美本身的網路平台，也可以在許多網路的購物商城中，看到義美的商品，可得知義美商品的通路多元。

### (三) 其他發展、貢獻

#### 1、觀光工廠

義美將原有的工廠進行規劃設計，建構成多元化的觀光工廠，讓遊客一覽台灣傳統產業轉型觀光化蛻變過程，廠區內規劃「生態園區」說明他們對生態環保的重視，「現烘熱麵包坊」介紹麵包製作流程，瞭解原物料來源。透過生產製程的透明化，讓民眾建立對產品的信賴感，也提供一個兼具觀光休閒與教育娛樂的環境，並且促進地方繁榮。

#### 2、環保方面

「義美環保座右銘－勤儉：勤儉是家本，勤儉是國本，勤儉更是環保的根本。」(註五)可得知義美對環保的重視，因此販售義美冰棒時，除了用紙盒包裝，不用保麗龍外，並且採取責任回收行動。另外在越南設廠時，義美投入鉅資興建完全自動化的廢水處理廠，不管在國內國外皆落實企業的社會責任。

### 3、文化公益方面

成立義美基金會，主辦或贊助各種藝術活動，「以深入淺出的表現方式，將原住民文化落實教育給國內青少年，並可作為向國外人士推薦台灣原住民文化的媒介。」(註六)義美對於文化公益方面的付出，對社會文化發展而言有重大的貢獻。

### 4、為台灣發聲

「高騰蛟先生收購了中國日報(China News)，改名為英文台灣新聞(Taiwan News)」(註七)，做為台灣主要的英文報紙，報導國內外新聞、財經趨勢以及本土文化的報導，除了讓公眾能了解國際發生的事情，也能讓公眾更了解台灣。

## 三、SWOT剖析

表三、義美SWOT

	優勢Strength	劣勢Weakness
內部	1.本土化行銷 2.歷史品牌 3.重視環保贊助公益活動 4.發展生產自動化設備 5.結合文化特色	1.新產品研發不理想 2.較少廣告宣傳，難以吸收新產品資訊 3.未上市上櫃公司，若需龐大資金，籌措困難
	機會Opportunity	威脅Threat
外部	1.設立觀光工廠 2.與下游廠商合作，增加通路 3.市場國際化	1.現代人口味多變 2.同業競爭多 3.未到大陸設廠

資料來源：本組研究整理

## 四、義美對未來的期許

許多廠商轉移到大陸設廠，對於尚未去大陸設廠，義美表示大陸是一個很好的市場，等待市場成熟，並不排斥未來的可能性。義美持續研發新產品，提高競爭力，多元化產品，使消費者不斷嘗新，在不斷的進步中，不忘加入真誠實在的心。為開通更多元的通路，在網路交易上處處看的到義美產品的平台，產品訊息



管道的多元，能更因此提高營業額。

#### 參●結論

經過我們的探討，從中了解到：一個企業能維持至今是很不容易的事情，從成立到如今事業有成，都必須經過許多風風雨雨，嘗試各種挑戰，溝通協調，並學習從錯誤中有效解決問題。成功不是偶然，天助自助者。義美因為對產品堅持做到最好，在研發食品的過程不斷的思考與創新，精益求精，使得產品能保持在水準之上，並結合現代趨勢，利用網路的便利及空間，使義美的市場佔有率逐漸提升，義美更能在食品業屹立不搖。

義美是食品業界中的統帥，雖是未上市上櫃的公司，卻不因善小而不為，不以賺錢為目的，從小處著手，帶動民眾在環保上為地球盡一份心力，在文化公益方面，以實際行動去執行，全世界都在提倡環保，而真正做到的企業又有哪些？這是每個企業應該學習的。

#### 肆●引註資料

註一、高騰蛟，盧世祥(2001)。做餅的人生，明天有夢：義美六十七年。遠流

註二、林祝菁(2010)。義美董事長高騰蛟辭世享壽 89。工商時報

註三、知識+。2010 年 10 月 28 日，取自

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1105050910636>

註四、旗立財經研究室(2010)。商業概論 I。臺北市：旗立資訊股份有限公司

註五、佩特拉(2009)。真材實料的人氣冰品，義美紅豆牛奶冰棒。小草月刊，第九期。2010 年 10 月 28 日，取自

<http://www.mychinabusiness.com/magazine/0909/home01.html>

註六、財團法人義美藝術教育基金會。2010 年 10 月 28 日，取自

[http://www.imeifoods.com.tw/imart\\_donation/about.html](http://www.imeifoods.com.tw/imart_donation/about.html)

註七、梁任瑋(2010)。從傳統餅店到現代食品王國／高騰蛟逝世義美下一步怎麼走？。今週刊，717，130-131。

圖一、義美食品。2010 年 10 月 10 日，取自 <http://www.facebook.com/imeifoods>