

大 灣 台 品 牌 的 故 事

THE STORY OF TAIWAN'S TOP 100 BRANDS.

台 灣 在 地 商 家 品 牌 的 推 手



3

特別收錄

品牌核心價值
經營者理念

品牌，是一家公司與企業的象徵
一個好的品牌能夠在無形之中凝聚你我生活
更有著無法撼動的歷史地位
本書精選各行各業的獨特人物故事做介紹
交織著無數創業家獨一無二創業夢
從創業的機緣及品牌的故事，不僅僅讓你我感動
同時見證了台灣到海外，各處堅毅動人的築夢力量

華品文化 著

竹園室內設計

特聖鋼鐵有限公司

特 聖

天眼 衛星科技股份有限公司
SkyEyes GPS Technology Co., Ltd.

泡泡龍創意行銷有限公司

Bubble Dragon

Carol Chugani

堅全橡膠

選擇堅全，肯定優勢，服務品質NO.1
The best quality & service for your "IDEAL" life.

一條根 花草草本
生物科技有限公司

生麗國際股份有限公司
SHENGLIH INTERNATIONAL CO., LTD.

鴻越資訊股份有限公司
HONG YUE INFORMATION CO., LTD.

Kaiyi Music

劉醫中醫

嘉慶宗教藝術
整合行銷公司

PACIFIC 太平洋廚電

來永興業

鴻越資訊股份有限公司
HONG YUE INFORMATION CO., LTD.

PIORP

— 誠信 · 專業 · 用心 · 創新 —

智慧軟體 · 網路視聽 · 客製開發 · 專業輔導 · 行動應用APP · RWD 網站 · POS 系統

福不淺

口福不淺-食自在

mr. hair 髮肌樂園

Zucell

晶鑽生物科技股份有限公司

巴黎香水

Whose Books
胡忠二手書店

華昇食品工廠 股份有限公司

初表 · 保持領羣的堅持



「華昇食品工廠股份有限公司」
第二代經營者黃慈英女士（三嫂）、
總經理陳健龍先生、行銷業務部經
理許惠凌小姐（左至右）。

民以食為天自古便是飲食思維的基石，人們從不斷地研發中一再突破對品質的訴求，這不僅僅是滿足口味與品項的市場趨勢，產業更延伸至健康理念與品牌形塑，食得安心已是社會責任的具體呈現，同時也是企業自我要求的里程碑。

「華昇食品工廠股份有限公司」從創辦人許青邨先生開疆闢土、第二代的開發守護到現在第三代的新血灌注，團隊一路以來秉持「創新品質、健康美味」的理念，深耕台灣在地，真心誠意包裝每一份食在的選擇，用技術創造嶄新時代，讓吃的饗宴從唇齒間感動，從健康中深刻，從堅持裡刻畫出品牌的世界版圖。

堅持，不同時代的企業經典

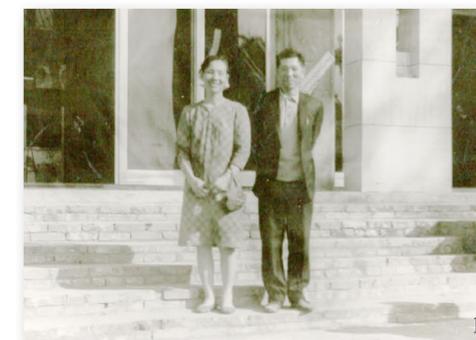
民國六零年代，台灣經濟起飛帶動產業蓬勃發展，「華昇食品工廠股份有限公司」創辦人許青邨本任職於工程公司，承包政府與企業等相關工程。在一次日本旅遊中品嚐到日式魚板、關東煮等當地美食，他心想，「如果能將這麼美味的料理引進台灣勢必會大受歡迎！」之後便與友人合夥開設公司，生產魚漿煉製品、魚板、天婦羅等日式風味產品，頗受市場歡迎。

爾後，1984年因應工業局政策加上對市場需求有信心，將原先只有100坪的家庭工廠擴大搬遷至瑞芳工業區，規劃成2000多坪現代化的食品工廠。從1973年創立成為全國第一家日式專業魚漿煉製品製造工廠，到現在將一路走來的傳統換上新裝，用精緻的改造傳承先人當年胼手胝足的開拓，如今由第二代黃慈英女士（三嫂）與總經理陳健龍先生主導公司營運方向，同時第三代也陸續加入團隊。40幾年的歲月，「華昇食品」始終秉持「誠信、人和、回饋社會」的企業精神，逐步擦亮台灣日式火鍋料的金字招牌。

食安，社會不可或缺的聲音

在當時，基隆地區許多工廠也開始加入魚漿煉製品製作，「華昇食品」在同樣的商品中展現截然不同的熱情與堅持，用最好的食材造就市場口碑效應。1995年，第二任總經理許輝國負責的多元發展策略中，公司有幸獲得統一集團青睞，合作推出關東煮系列產品，馬上大獲好評。也因為跟著大企業的脚步，必須更精進的做好自我提升。

2001年起，公司陸續完成導進 HACCP、ISO 9001、ISO 22000 等多項食品安全管理系統，並斥資成立品管檢驗室，小細節的堅持，體現管理的大智慧。直到現在，公司仍不定期的淘汰舊機更換新機，廠長許家銘更是親赴歐洲、德國汲取最新資訊，添購最新設備，生產線的每一項產品不僅誠心、用心，民眾吃得更安心。



1. 創辦人許青邨賢伉儷。
2. 舊廠魚漿攪潰機。第一任總經理許輝忠。



3. 導入各種食品安全管理系統以達企業的自我要求與品質安全保證。
4. 品管檢驗室，產品都經過嚴格檢測。

「不論是台灣傳統市場或外銷市場，原物料進來時我們一定要求嚴格的品質控管！這是外界鮮少做的。」三嫂進一步說明，以前台灣當地製造魚漿的工廠很多，但由於環保意識抬頭與漁獲資源減少，漸漸地開始由美加、日本、印度等地進口。每一批魚漿原物料到貨都必須嚴格把關，所以公司設有專門檢驗室，符合品質才能入庫保存。

「將品質平均化，降低市場風險。」三嫂熱切地說著。原物料品質穩定才能保持產品的穩定性，雖然隸屬傳統產業，但相關流程一點也不馬虎，除了自我檢測，也定期送 SGS 檢驗，將每個環節做到最好，如此才能保有強大市場競爭力。

改革，品牌與商業的完美結合

十幾年前華昇的魚板是放置在一塊小木板上一一起成型，因為木板容易受潮，影響衛生品質，公司便一步步改良將木板拿掉並將包裝真空化。老字號的公司之所以可以一直保有領先地位，是因為隨時具備創新改革的精神。像是因應時代進步、生活習慣的演變，從原本只販售給公司行號的 3 公斤業務包慢慢地增加了小規格的包裝尺寸，讓不同消費族群有更多選擇，不論大家庭或是個人都能開心選購。

小至一碗麵，大至闔家享用的盛宴，「華昇食品」的產品都是不可或缺的要角。從天婦羅系列，到魚包蛋、炙燒起司丸、芥末飛魚卵等包餡產品，每一階段的新產品都挑戰著市場接受度，但唯一不變的是對品質的要求與職人精神的展現。



高科技設備與標準製程，是對高品質的追求。

從商用大包裝到近期推出「一口銷魂系列」，用「風格」策略改變主流「價格」策略。內餡濃郁多汁、外表魚漿彈牙爽口，入口當下，鮮甜風味瞬間席捲，絕佳口感從舌尖延伸至味蕾，擺脫火鍋料的刻板印象，讓以往的料理配角頓時躍升為主角，真材實料的呈現營造頂級的美食饗宴，如此多樣化，令人驚艷不已！

「火鍋三寶、拌麵更好」的口號不是喊假的，打破傳統產品生命週期，秋冬煮鍋、春夏拌麵，多元料理的運用更符合市場趨勢與民間風情，宅經濟當道的我們更能輕鬆享受。「讓世界各地的民眾吃一口就喜歡，是我們驕傲的理想。」行銷業務部經理許惠凌津津樂道地說。她的行銷美學從媒體業轉戰食品業後，延伸並轉換思維，破除產業藩籬，用新穎的角度切入市場，對「華昇食品」而言是創新也是挑戰，更是身為第三代加入團隊後的嶄新突破。



一口銷魂系列。



澳洲美食展。



「華昇食品工廠股份有限公司」重要幹部合照。

國際發聲，新食代力創台灣之最

「市場平均化，是我們追求的目標。」總經理陳健龍表示。現階段由廠長許家銘領軍改良機具提高良率並創新各種造型，研發人員積極開發新口味，讓外觀與口感的極致追求，讓視覺與味覺皆為享受。同時也加強員工教育訓練，嚴格落實安全衛生的製造流程。

未來，除了鞏固國內傳統市場、各大量販商店等通路，也積極拓展海外市場，參與國際食品展，推廣理念與產品，期許將關東煮、御蒲鉾、御蛋品等優良產品及充滿台灣味的「一口銷魂」系列推向國際，塑造「華昇食品」品牌價值，將「火鍋界米其林」的讚譽烙印在世界上的每個角落。

品牌核心價值

一口健康、一口感謝，華昇出品、天地回味。

經營者理念

誠信、人和、健康、美味。

華昇食品工廠股份有限公司

公司地址 新北市瑞芳區頂坪路 135 號
公司電話 02-2497-4151
官方網站 <http://www.kasei.com.tw/>
粉絲專頁 <https://www.facebook.com/KaseiFrozenFoods/>



官方網站



粉絲專頁

傳承日本風味 台灣創新紀元
 火鍋界的米其林
 Inheritance of JAPAN. Innovation of TAIWAN
 Hot pot products
 with Michelin reputation.
 KASEI FROZEN FOODS

味自慢
 火鍋三寶 拌麵更好
 One bite and you'll be hooked
 KASEI FROZEN FOODS