

晶傳有限公司

# 2021 清真認證羊 舌尖感動不只在冬季

誰說羊肉只能是冬季限定？晶傳有限公司推出「拾貳月」品牌，讓國產羊肉變身羊小排、羊肉串等多樣料理，一年四季都適合端上餐桌。如今更在 SIIR 計畫的協助下順利取得清真認證，不只串起羊肉的上下游產業鏈，也做好吸納更多元客群的準備。







晶傳有限公司總經理李維勝(右)跟團隊一起推出「拾貳月」品牌，希望讓更多顧客品嚐國產羊的美味。

這些行銷推廣看似無法 100% 轉為品牌獲利，不過李維勝有不同的看法，「身為屠宰與銷售業者，我們必須同時兼顧三方的利益，除了我們品牌以外，也要保障前端養羊戶的利潤，更要讓末端消費者喜歡吃。當國產羊有人買、有人賣，我們才能生存。」

至於另一個必須在行銷上強力推廣的原因，李維勝坦言，臺灣羊肉比進口羊肉貴，價差可達 3~4 倍，很多在意價格的消費者因此卻步。以往他會期待大家支持 MIT 品牌，現在他轉而強調「品質」，用食材的好味道說服市場，「好吃才會吸引更多人，關過的國產山羊肉質鮮嫩，沒有騷味。產品為什麼貴、貴在哪裡，我們也必須推廣給消費者知道。」李維勝堅定地說。



除了羊肉爐以外，無騷味的細嫩羊肉其實很適合全年 12 個月隨時享用。

## 改用西式分切 與主廚合作端上美餐

回憶這段歷程，李維勝笑稱，推出品牌遇到的第一個問題，就是不知道怎麼賣。以往他經營 B2B，只能間接獲得消費者回饋，想得到最直接的市場感受，只好找來專業行銷公司給建議。在經過消費者調查後，他發現大多數人對羊肉還是跳脫不了「很補、適合冬天吃」的印象，因此李維勝最終決定研發更多分切羊肉產品，給消費者更多元的選擇。

「我們採用類似牛排的西式分切法，推出法式羊排、羊肩排、羊肉串等產品，與西餐廳、餐酒館的主廚交流，只要他們願意採用，我們



「拾貳月」採用西式分切法，推出法式羊排、羊肩排、羊肉串等產品，將美妙風味擺上餐廳、家庭的餐桌。

**說**起羊肉，你會直覺聯想到什麼？如果扣除冬天、進補、羊肉爐，似乎剩下的關鍵詞所剩無幾。不過這些冬季限定的第一印象，可要被晶傳有限公司旗下的國產品牌「拾貳月」打破了。除了運用多樣分切讓羊肉進入更多餐廳與家庭的餐桌，取得清真認證更讓鮮美的國產羊肉打開更廣闊的清真飲食市場，這份鮮嫩美味將 1 年 12 個月持續飄香。

## 屠宰業轉型 B2B 品牌 推廣 MIT 鮮美好羊

推出「拾貳月」的晶傳有限公司總經理李維勝 10 多歲就在家中的屠宰場工作，投入屠宰業已有 20 多年，不過做久了他也開始考慮，是不是就只能維持這樣的營運模式，「其實我一直都

有在思考，要怎麼樣才能轉型創新？所以 2011 年時成立晶傳，從純屠宰業轉向 B2B。」隨後李維勝又成立國產羊肉品牌「拾貳月」，是國內首間取得產銷履歷的羊肉品牌，希望將優質鮮美的國產羊肉介紹給更多美食愛好者。

而說起品牌的命名緣由，則是基於李維勝期待能向消費者強調羊肉最美味的時期，同時突破羊肉供需市場的困境，「臺灣山羊養到 1 年時，肉質與風味最好，其次希望大家 1 年 4 季、12 個月都能吃羊肉，所以命名為『拾貳月』。」李維勝感慨地說，早期他的羊肉多半銷售給羊肉爐業者，但是淡旺季時需求落差大，這也是讓他下定決心開始經營品牌的主因，希望藉由推廣行銷，打破消費者「羊肉只能冬天吃」的迷思，讓市場價格不受季節影響，長期維持穩定。





在 SIIR 計畫提供的資源協助下，「拾貳月」從包裝、消毒等都通過嚴格的清真認證。

就有行銷的話題。」李維勝說。藉由知名主廚與飯店的推廣，不僅幫拾貳月爭取媒體曝光率，主廚更對肉品提出專業建議，讓李維勝可以再回饋給最前端的養羊戶，透過改良飼料或餵養方式，逐步調整、養出品質更佳的羊肉。

在李維勝的努力下，拾貳月不僅是單純販售羊肉的品牌，更扮演了整條肉品產業鏈的溝通橋樑，平衡飼養端、生產端與消費端三方的需求，將以往不連貫的環節一一串聯，讓肉品越來越符合消費者的需求，李維勝認為，「要先弄清楚消費者想要什麼，再去生產他們要的，今天如果不這樣做的話，國產羊肉就無法與進口羊肉競爭。」

## SIIR 資源加持 突破清真認證難關

李維勝說，「自從拾貳月登上百貨通路後，常常有消費者問怎麼不做清真認證 (Halal

Certification)，我們想了想，認為申請認證可以接觸更多潛在的消費者，也能創造行銷話題，就希望藉由參與經濟部商業司的『服務業創新研發計畫』(SIIR) 開始進行」。

申請清真認證的條件非常嚴格，李維勝坦言與回教協會溝通時，發現雙方思考脈絡截然不同，磨合過程十分艱辛。首先，由於晶傳的屠宰場是豬羊共線，但穆斯林的教義是嚴禁吃豬肉，必須將屠宰時間分開，讓豬肉與羊肉不會在同一時間處在同一場域，日後更會建立一條屠宰羊肉的專線。「雖然生產成本增加，但這就是對伊斯蘭文化的尊重。」李維勝表示。

「宰殺羊之前，要由回教徒為牠們念誦可蘭經，讓羊心情平靜，下刀、放血也必須由回教徒執行，我們請協會幫忙媒合，花了一番時間與心力，最後終於找到合適人選，每月一次配合屠宰時間過來幫忙。」此外，回教徒不能喝酒，因此工廠的清潔線不能用酒精來消毒，

後來改採用次氯酸水，為了符合清真認證的規範，方方面面都做了不少更動。

新族群，以擴大未來的消費市場。

## 樂見新品牌夥伴 共同超越 7% 市場份額

多年來，李維勝想方設法推廣國產羊肉，有人曾稱讚拾貳月是貨真價實的「領頭羊」；但也曾遇過有人質疑，他們為何要做這麼多買賣以外的事？

回首來時路，李維勝感慨地表示，嘗試走別人不願意走的路，背後有許多的艱辛與壓力，但讓他最開心的，就是能幫助養羊戶看到有希望的未來，「飼主安心養羊，我用心生產產品，消費者安心吃，3 句話說起來很簡單，但要真正做到，必須花費很多時間與心力。希望未來大家聽到國產羊肉，就能夠想到拾貳月。」

更讓李維勝開心的是，在「拾貳月」這個品牌推出之後，有越來越多的養羊個體戶也開始開發自有品牌，對此他樂觀其成，「國產羊肉只佔國內市場的 7%，未來還有很大的發展空間，只要大家合力推廣，一定能促進整體產業發展。」李維勝充滿信心地說。📍

在將「拾貳月」轉型為清真肉品的品牌後，李維勝也透露，從分析目前的消費者數據，發現吃國產羊肉的目標族群以男性較多，年齡層介於 40 至 50 歲，社經地位較高。在 SIIR 委員建議下，拾貳月也重新調整了行銷的策略，未來並不會只針對主要的目標族群推廣羊肉，而會思考如何去影響目標族群周邊的更多消費者，透過社群行銷開發，瞄準年輕人與女性等

### 晶傳國產羊肉飄香之道

- 1 強調品質**  
山羊養足 1 年，國產肉質鮮嫩，沒有騷味
- 2 多樣分切**  
推出法式羊排、羊肩排、羊肉串等產品，羊肉不再只能冬天吃
- 3 異業交流**  
藉由主廚回饋、推銷，讓養羊戶養出品質更佳羊肉

- 4 清真認證**  
獲得 SIIR 計畫助力，順利取得清真認證



晶傳有限公司總經理李維勝

### 業者真心話

加入 SIIR 計畫不僅可聽取委員的專業建議，也有機會向很多人才請益，大大開拓了眼界。平常我們的生活圈很單純，都只和同產業的人交流，去參加 SIIR 計畫說明會時也遇到很多跨產業的業者，得以和不同業界的菁英交流，是創造異業結盟的好機會，這是我覺得最大的收穫。而且看到這麼多優秀的產業人才，都持續在創新求進步，也是督促自己努力向前走的動力。

# 擴大國產羊肉市場服務研發轉型計畫

晶傳創立「拾貳月」品牌，利用西式分切技術，將產品帶入有機連鎖超市以及各大電商平臺，同時通過清真認證，讓國產羊肉美味更有市場競爭力，提高普及化。

在臺灣的飲食習慣中，雖然大家對羊肉並不陌生，但在許多家庭的餐桌上，羊肉這道菜餚卻不常見，多數人的認知還是停留在冬令進補的羊肉爐，故使得羊肉的銷售自然地受到限制。

同時因為氣候的影響，冬天急驟縮短，羊肉爐的生意也因此受到影響，再加上近年低價進口羊肉傾銷臺灣，以及進口草料成本高漲，使得

國產羊肉的銷售面臨嚴峻的考驗。晶傳有限公司總經理李維勝在面對這波挑戰時，選擇市場再定位：突破原本僅以羊肉屠宰代工的經營模式，從傳統零售走入市場前端，進而帶動國產羊肉的銷售。

近年來，在面對生態被破壞、食安問題、現代人百病叢生的情況之下，「產銷履歷」被強

調與重視，為了掌握源頭品質，晶傳有限公司積極地打造優良的飼養環境，從餵養飼料開始，為消費者把關，也成立「拾貳月」這個品牌，將產品帶入有機連鎖超市以及各大電商平臺，利用多元的銷售通路，讓消費者能夠容易地取得新鮮的國產羊肉。晶傳也順利在 108 年榮獲臺灣第一家產銷履歷的羊肉分切廠，可以客製化幫客戶去骨或各部位的切割分裝，也因為他們了解市場的

趨勢，洞察消費者的需求，進而提高國產羊肉在市場上的接受性與普及化。

企業在面臨市場的改變與挑戰時，能夠突破舊思維、尋求主動的改變，晶傳靠著專業能力與經驗，為企業提供一個方向與契機，不僅成功地創造出國產羊肉的價值，也提昇國產羊肉市場的競爭力。



文／劉秀慧教授  
（國立高雄餐旅大學餐飲管理系）