

牛津女碩士 把「吳抄手」變大了

【聯合晚報／記者吳孟庭/台北報導】

2010.03.21 02:46 pm



四川吳抄手第三代高材生張容軒接班，網店經營業績倍增。
記者黃義書／攝影

傳統老店利用網路舊翻新，川菜名店「四川吳抄手」第三代接班人張容軒，頂著牛津大學碩士高學歷，成功把實體店面虛擬化，不到兩年網路業績增一倍，爲了做冷凍食品宅配，嚴格建立食品標準化，讓美食不但能世代傳承，口味也能永遠不變。

60年次的張容軒成績優異，大學時就讀英國牛津大學食品科學與旅遊管理系，更在同所學校完成企管碩士學位，她說，一開始她在香港與大陸兩地，管理媽媽投資的貂皮大衣代工廠，從事成衣

業前後7年，2003年她回台灣，2005年才正式接手家族企業「四川吳抄手」的經營管理。

以她曾是專業經理人的角度，一回來就馬上發現一個大問題：「顧客年齡出現斷層」。四川吳抄手以歷史悠久又道地的口味聞名，她說，以前常有4代同堂來吃，長輩是陪伴她們成長的熟客，但之後年輕人並沒有這樣的感情；爲了讓客群年輕化，她決心朝網路發展。



她坦言一開始對網路行銷也很陌生，只敢把商品放在友人的網路平台寄賣，但成效不錯，她開始主動搜尋資料，得知經濟部中小企業處有「縮小產業數位落差」的專案便立即報名，積極上課、找顧問商談，她說，當時常常一上網就弄到凌晨5點才睡。

2007年初她成立四川吳抄手的官方網站，2009年6月在PChome商店街開店，還有在樂天市場、Facebook、大買家、博客來等經營共36個平台，她一個人管理不來，後來連身為公務員的老公也辭掉工作幫忙她網

路與實體店面經營，她笑說老公總是被她壓榨。

網路顛覆傳統經營模式，她表示，現在客源不但全台都有，還可以24小時訂到貨，而且開店成本低，大部分平台只要有營利事業登記證就可以開店。以官網來看，第一年業績成長80%，第二年則高達一倍。

然而網路化過程並沒有想像簡單。她指出，技術操作面是第一個難題，例如寫文案、放圖片，笑稱自己「英文比中文好」的她，光寫店家介紹就讓她花盡心思。


第二則是要製作出SOP標準化的產品以及供應流程。因為以網路販賣，就要開發冷凍食品，但等到商品需要被食用時，可能會因為複熱過程不對或冰凍時間不一造成商品口感有落差。

最後張容軒找了食品發展工業研究所共同合作，不但調整了烹調程序，可解決上述問題，更研發出在不加任何



防腐劑下，食物保存期限可以拉長的方法，她說現在醬料就保存一年，但開過需要冷藏；餃子、鯽魚、獅子頭則可保存半年。

張容軒說，未來將繼續擴展網路市場，同時去年也參加中華兩岸連鎖經營協會活動，與上海置業集團簽訂合作意向書，未來想以加盟連鎖方式進軍中國大陸市場。四川吳抄手第三代接班人野心勃勃，利用創新思維、管理專長與遠見思想帶給傳統老店新氣象。

【2010/03/21 聯合晚報】 @ <http://udn.com/> 



聯合線上公司 著作權所有© udn.com. All Rights Reserved.