

三能集團 專業 誠信 創新

# 張瑞卿 互利共榮 邁向全球化

文、攝影／洪詩茵



三能集團製造中心經理張瑞卿（左）與財務長兼總裁特助兼台灣三能總經理蕭凱峰（右）。

商用烘焙市場邁向B2C家用烘焙市場；更將合併台灣、日本、無錫、印尼四家子公司，於今年年底掛牌上市櫃。一路走來，三能始終秉持專業、誠信、創新的精神，認真對待每一位客戶，落實產品本土化、品質國際化，未來更將於適當時機規劃於馬來西亞、菲律賓、泰國、韓國等亞洲國家陸續設立子公司，深耕亞洲，追求企業的永續發展。

## 緣起 堅持 學習 成長

三能集團製造中心經理張瑞卿，為三能集團總裁張瑞榮的弟弟，回憶當初三能創立的淵源，他笑著表示，小時候家中清苦，國中快畢業時，他就參加學校的就業輔導，於專做汽車、摩托車齒輪的日本公司學習。當時，表哥楊德彝獲知沙烏地阿拉伯有烤盤及吐司盒需求，特地邀哥哥張瑞榮及

蔡瑞豐一起合夥創業，「還記得那時候我才十六歲，大我十歲的哥哥還在飯店工作，就請我先過去幫忙，當時是接收別人的廠房設備，承租一間土角厝充當廠房。」

因為具備農家使命必達的精神，只要接到生意，就日夜不停地趕工，以誠信為原則，堅持做到位，慢慢地，三能就從只有三、四人的小公司漸漸成長，而張瑞卿也在這段過程中，努力地吸收、學習、成長，成為烘焙器具研發達人，推動三能產品品質再進化。

## 專業 創新 齊全 共好

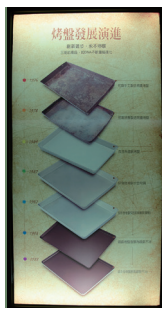
從一家小公司到如今邁向集團化，三能成長的關鍵在於產品的創新及種類的增加。一九八四年，三能淘汰易



寬敞明亮的迎賓大廳。

**歷**

經四十多年的時光，從專門生產烤盤、吐司盒、蛋糕模等不到十人的小工廠，到改制為股份有限公司；拓展日本三能、無錫三能、印尼三能，走上集團化、國際化的路線；創立「UNOPAN」家用新品牌，從B2C



### 三能烤盤發展演進史

- 1976年 初期手工製造黑鐵烤盤
- 1978年 初期油壓製造黑鐵烤盤
- 1984年 改良為鍍鋁烤盤
- 1987年 研發使用鋁合金材質
- 1987年 鋁合金烤盤改良表現處理（陽極）
- 1988年 鍍鋁烤盤發展為鍍鋁不沾
- 1988年 鋁合金烤盤表面處理（不沾）

蛋糕模是三能的三大明星產品，支撐起企業的半邊天，張瑞卿表示：「為了保持領先的優勢，三能成立研發中心，堅持技術本位，將業務當作我們的眼睛，行銷中心產生需求，研發中心設計，產品應運而生，藉此站穩國內烘焙器具業領先地位。」烤盤方面，配合小型烘焙需求，研發具備環保、低成本、烘焙時間短等優勢的空包烤盤；吐司盒部分，則研發一條式包條的吐司盒，改善過去兩條式包條吐司

生鏽、沉重、導熱慢的黑鐵烤盤，使用日本食品級的材料，領先業界研發出鍍鋁及鋁合金烤盤；同時，更出國考察，引進並研發生產多樣化的烘焙器具，期許能夠滿足一家烘焙店九五%的需求（除烘焙原料及設備外），目前三能烘焙器具的品項多達二千多種，齊全性可說是業界之冠。

四十多年傳承，三能擁

有一群產業經驗豐富的經營團隊，產品品質與研發能力堅強，集團擁有九十五項專利。烤盤、吐司盒、蛋糕模是「三」生萬物，「能」量無限。自成立以來，三能產品的質量及設計主要專精於專業及工業烘焙客戶，但隨著居家烘焙越來越盛行，烘焙家用市場崛起，考量台灣有八〇〇、九〇〇萬家庭，市場需求龐大，三能於二〇〇九年開始代理各國知名家用烘焙品牌的產品進行銷售，進而更於二〇一〇年創立「UNOPAN」家用新品牌，正式跨足B2C家用烘焙市場，讓集團的觸角更加深廣。



國內許多知名品牌都是三能客戶。



三能集團的時光走廊，細數集團的發展史。



三能家用烘焙品牌—UNOPAN，以粉色系為主，主攻女性市場。



三能與吳寶春合作，特闢烘焙教室供其學生做參賽準備。

盒易變形、不夠堅固的缺點；蛋糕模方面，則導入模組化生產，更新設備、精簡人力、縮短製程，推動自動化。三能擁有完善穩固的經銷體系，堅持合作互利的經營模式，產品開發方面，除了自行研發生產之外，亦將部分研發產品交由該領域的專業廠商 ODM，讓合適的人做合適的事，彼此互利共好；同時三能更與專業烘焙設備的新麥及烘焙原料的德麥建立合作關係，涵蓋烘焙產業上中下游，互相支援、分享情報、共榮共存。

行，「三+能」代表集聚一切力量的三能集團。展望未來，秉持企業責任，三能將堅持擴大白製產品，不斷提升網路行銷，持續開拓東南亞市場，希望二〇二〇年能夠再度延伸觸角，進軍餐飲市場，創造三能集團另一個事業版圖，迎向企業化、全球化的願景。