

供應鏈管理期末報告

主題:7-11 鮮食食品供應鏈

指導教授:李智明

企四 C 98153389 胡芳菁 99153339 周昀霆

企三 C 99121320 饒芷安 99153341 莊采樺

99153306 林子復 99153342 陳孟偉

99153338 林宥廷 99153344 詹雯婷

供應鏈管理

7-ELEVEN 的企業經營理念

自 1978 年成立以來，統一超商深耕台灣市場，矢志成爲最卓越的零售業者，以提供生活上最便利的服務爲宗旨，並善盡良好社會公民責任，「真誠、創新、共享」的企業文化，讓每一位統一超商同仁，樂在服務，並將每一位顧客滿足的笑容，當作是自己最大的成就。累積 30 年經營連鎖零售通路的經驗，朝國際化、多角化、多元化的經營模式邁進，統一超商建構起堅強的物流、情報、後勤等支援體系。

7-ELEVEN 的經營優勢

面對賣場型態不斷推陳出新，且不同業態的競爭模式與界線越趨模糊化，但統一超商對於未來的發展深具信心，結合下列經營優勢，深耕並擴大事業版圖：

1. 創新生活型態

統一超商更引進國外知名零售流通業品牌，如星巴克咖啡、Mister Donut 甜甜圈、黑貓宅急便、無印良品、Cold Stone、統一阪急百貨、Afternoon Tea 等新事業，運用通路與物流優勢，爲大眾創造新的消費生活。

2. 便利安心商品

透過飯糰、便當、壽司、三明治等產品的推出，7-ELEVEN 跨足鮮食產業，採用比國家標準還嚴苛的規定，不添加防腐劑，所有供應商都是經過政府認定核可的 GMP、CAS 及 HACCP 優良廠商，更以「QC 200%」、一日二配、保證鮮度的概念嚴格要求每個製程，不但帶動台灣整體鮮食產業升級，也一舉提升台灣外食市場的衛生與品質水準。

3. 貼心生活服務

24 小時不打烊的代收服務，從水電瓦斯等基本民生消費，到交通罰單、學費、信用卡、地價稅等，成爲 7-ELEVEN 最受好評的服務之一，平均每人每年都要在 7-ELEVEN 繳交 7 張代收單據。

7-ELEVEN 率先推出業界盛行的名地、名物、名店、名人的行銷手法，讓消費者不論身在何處，都可享受各地的名產、美食。並依照季節，提供不同的生活提案，讓消費者預購、中秋月餅，五星級飯店的年菜等。

4. 完善加盟制度

遍佈全台的 7-ELEVEN 之中加盟店超過 8 成，爲了讓 7-ELEVEN 的服務品質同步，不斷提昇經營績效，統一超商在「專業分工、共存共榮」的理念下，建立了完善的加盟制度、專業的教育訓練，提供加盟主堅強的後勤支援。

5.完善物流體系

7-ELEVEN 擁有全國最大的物流體系，以完善的全溫層物流支援，快速供應全國所有門市，也創造物流產業的新風貌。為確保商品的新鮮度與時效性，7-ELEVEN 建立了常溫、低溫、鮮食、麵包、出版品等五大專業分工的物流配送系統，依商品的種類與特性，進行不同溫層的配送作業，透過每個配送環節的環環相扣，不斷提昇物流作業效率，更展現了最具競爭力的物流體系。

6.先進情報系統

每天有五百萬人在 7-ELEVEN 消費，每刷一次條碼就代表一筆銷售資料儲存進 POS 服務情報系統龐大的資料庫。從每一家門市訂單的處理、數千種商品的管理到每日門市銷售資料的蒐集和分析，整個 7-ELEVEN 都是圍繞著具有強大情報分析能力的 POS 服務情報系統運作。

7.強大擴店能力

台灣是全球 7-ELEVEN 展店密度最高且唯一擁有各種門市經營型態的地區。從街道、社區開始佈點，繼而延伸到不同的空間領域，從都市到鄉村，從山上到海邊，從本島到離島，不論是學校、捷運站、火車站、高鐵站、醫院到購物中心，都能看到 7-ELEVEN 的身影，滿足消費者最即時、多元的需求。

7-ELEVEN 台灣新農業概念

近幾年，在電視、網路上常聽見關於食品衛生安全的新聞或討論，都讓大家對於吃的安全，開始比從前更加注意、小心！**如何讓大家能夠吃得更健康、更放心？**因此 7-ELEVEN 提出「台灣新農業」概念！

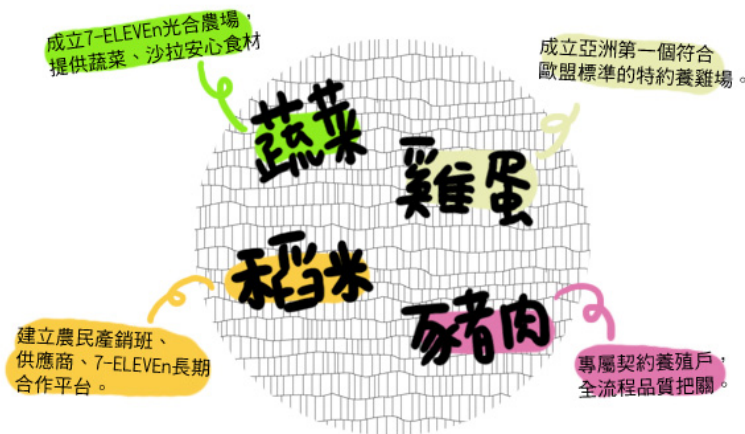
由於過去飲食西化加上進口食品低廉造成台灣對於自身農產業的依賴日漸降低，對於外來食品我們並不能為它的安全做百分百的保證，而身為提供者的 7-ELEVEN，要如何幫大家的健康做把關？以此為出發點 7-ELEVEN 開始建造一套從頭至尾、完全掌控的流程，於是**光合農場**因而誕生！



從頭至尾、完全掌控的流程：

7-ELEVEN 投入大量資源，從前端開始尋找在地農民合作、引進最新技術、訂定嚴謹標準嚴格把關，並在配送過程嚴格控制時間、溫度，確保食物的安全。

「不只是層層把關，接下來，7-ELEVEn 更要親自參與。」



然而，究竟該如何從源頭開始進行控管呢？這些重擔，就落在 7-ELEVEn 鮮食部中，鮮食中，最常遇到的東西就是菜、米、肉跟蛋，7-ELEVEn 就是要從這幾樣東西開始，進行最嚴密的生產。

首先，第一步就是「7-ELEVEn 光合農場」的落成，這是一間位於雲林、有著全台唯一和歐盟同步的溫室菜園、面積將近 180 公頃的農場。

光合農場建置了蔬菜溯源、及肉品溯源系統、雞的全流程管控飼養、品保實驗室，7-ELEVEn 也堅持採用台灣米而非較便宜的進口米。

7-ELEVEn 期望以消費者食用安心美味的前提下，投入企業資訊情報、商品開發、行銷傳播等資源，帶動台灣農產品升級，提升農民競爭力，開創台灣新農業局面。

米

1. 契約合作

從產地的源頭進行水源、土壤、肥力的科學化檢測，並在種植前先將秧苗送檢 DNA 檢測確認品種，「米飯小組」另會在生長過程不定時走訪製作農地，確保所有過程都達到標準，同時也與在地產銷班合作簽約，創造產地更高穩定與品質的作物，並提供消費者最優質的白米。

2. 農田管理

7-ELEVEN 與山水米實業公司決定合作要將美味又健康的台灣好米送到消費者口中後，以更嚴格的「7-ELEVEN 品質標準」作為品質標準，並輔導農民達到田間管理等，大幅改善傳統農業的各項細節，作出飽滿、無污染的優質台灣米。為了幫積極推動科學化的管理模式，在輔導後與農民簽訂契約時，就先詳細約定品種、用藥、收成時間等各細節，並在 DNA 判定品種，土壤檢測、水源測試、因地施肥、問診式配藥、含水量控管等各項細節，由專家鑑定研究、判斷問題，再教導農民投藥時間、藥種以及觀察停藥期，讓所有送進精米廠的稻穀都是品質保證，消費者嚐到的米飯都是精挑細選，新鮮、好吃又健康。

<p>1 土壤、肥料、水質檢驗</p>  <p>從源頭控管品質 打破傳統的多層次產銷系統，縮短農夫與消費者間的距離，成立「米飯小組」實地檢測了解土地與稻作生長狀況後，進行問診式的合理化施肥，不僅可減輕土地與農民的負擔也避免資源浪費，提昇農民有機概念與增加收入。</p>	<p>2 契約合作</p>  <p>按照農作期簽約 契約合作是保障農民收入與稻穀品質的最佳作法，科學化數值確認土地地質、面積、農民資料與製作內容，並制定完善的稻穀收成標準，確保其稻穀含水量、飽滿度、生長的用肥與用藥皆合乎標準。</p>	<p>3 科學化管理</p>  <p>精密紀錄生長過程 在稻穀的生長期間，除了有「米飯小組」監測外，從種子、育苗、插秧到收成的過程中，農夫也會配合固定時節進行抽樣化驗，並進行紙本的紀錄方式，不僅更能掌握稻穀的生長情形，更能有效的控管生產品質。</p>	<p>4 藥物檢測</p>  <p>國家認定高規格檢驗 經科學化管理的農田長出了金黃飽滿的稻穗，在收割10天前選擇先邀請外部的專業藥物檢測機構，進行SGS藥物檢驗，詳細檢測稻米裡是否有砒、汞、鎘、鎘、鎘、鎘等物質，確定無污染的稻穀才能收割收購，送進精米廠處理保存。</p>
<p>5 接單</p>  <p>從訂單開始生產線 收割完成的稻穀其含水量需在28度以下，才能在收購後隨即送往處理山水米的專業工廠進行冷藏保存，在接到客戶訂單以後，才依客戶需求碾製成白米，保證2天內出貨至7-ELEVEN各地的米販工廠，確保稻米品質新鮮不味。</p>	<p>6 篩選</p>  <p>精密儀器掃描篩選 新鮮稻穀在送進工廠儲放層以後，得先經過一層又一層的篩選過程，第一層先將運送過程中混入的碎石、泥土等雜質剷除，然後利用現代化的精米設備，逐步將大小不一、形狀破裂的碎米逐一篩除，確保所有精米的外型及品質。</p>	<p>7 色彩</p>  <p>光感科技篩選 完成初步篩選後的稻米形狀飽滿、大小一致，接著要送往最新科技的色彩機，將黑粒、有色米粒、病米再進一步的篩除，色彩機的原理是利用多條紅外線掃描作成掃描網，利用米粒透光率的原理來檢測稻米。</p>	<p>8 儲存並運送</p>  <p>新鮮安全安心 為了配合7-ELEVEN對米販的嚴格要求，山水米嚴密地控制白米的水分、鮮度與儲放環境，使用大型低溫冷藏倉儲放稻米，而在運送過程中也用專車專運的概念，讓稻米在出倉後能送抵米販工廠，確保品質。</p>

3. 14 道精米流程



蛋

7-ELEVEN 光合農場與合作夥伴，嚴選 25~80 週齡黃金產蛋期蛋雞所生產的新鮮生蛋，蛋白濃稠分明，新鮮美味。一般蛋雞在養育過程中，在雞齡約 80 週時會被進行強制換羽，以延長一週左右的產蛋期。但換羽後的雞隻產蛋品質衰減，因此 7-ELEVEN 光合農場與合作夥伴堅持不進行強制換羽，為消費者確保最高品質的美味蛋品。

產地介紹

牧場名稱：石安牧場

負責人：謝石泉

牧場地址：高雄市阿蓮區石安里

洗選場址：高雄市阿蓮區石安里

牧場登記證農畜牧登字第 202171 號

場地面積 37,487 m²

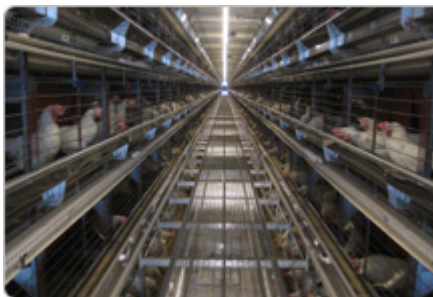
建築面積 14,700.94 m²

產蛋雞容養數 330,000 隻

工廠環境



牧場管理



1. 雞舍(Henhouse)

德國進口全密閉式環保雞舍，以全密閉水簾式的建築結構來提供最合適的生產溫層。

7-ELEVEN 與合作夥伴堅持只有用最舒適的環境，才能培育最健康的雞隻，供應市場安全品質的蛋品。



2.飼料(Forage)

7-ELEVEN 與合作夥伴堅持蛋品全場不使用化學合成物、藥物及抗生素，飼料主要成分採用高優質玉米、水解黃豆蛋白（優質蛋白）、納豆菌、酵母硒、鳳梨酵素、天然萃取元素等，為營養健康加分。飼養過程每週召集獸醫師、營養師、顧問、廠方品管組成健康管理團隊，以科學儀器檢測雞蛋品質，並視檢測結果變化調整 配方。



3.養產(Cultivate)

7-ELEVEN 光合農場的蛋雞採用進口白種海蘭珍珠雞，雞寶寶從孵出後立即進行管制，從雛雞到育成全面嚴格管控飲食，堅持不用化學合成品及不施打藥劑，更不容許強迫換羽再產蛋。雞齡約 80 週即進行整舍淘汰。雞隻活動空間亦以歐、美動物福利為標竿準備足夠的規格，避免壓迫雞隻生長健康。

菜

1. 結球萵苣

結球萵苣係由保證責任雲林縣新湖合作農場製作，生產區域分佈於雲林縣褒忠鄉、東勢鄉、麥寮鄉、崙背鄉及南投縣仁愛鄉，製作面積達 20 公頃，由農場管理中心 陳清山主席依標準化管理，與 11 位班員用心栽培，該班並通過 SGS 產銷履歷驗證。

2. 牛番茄

7-ELEVEN 光合農場的牛番茄係由台中縣金三角蔬果運銷合作社製作，生產區域分佈於台中、新竹、苗栗與嘉義，製作面積達 5 公頃，由農場管理中心 林榮燦 標準化管理，17 位班員依生產排程栽種，全年供貨。該班並通過暉凱公司產銷履歷驗證。

3. 紅蘿蔔

7-ELEVEN 光合農場的紅蘿蔔係由保證責任嘉義市嘉全果菜生產合作社與斗南鎮農會製作，生產區域分佈於斗南，製作面積達 22.3 公頃，由農場管理人 沈 松柱經理帶領產銷班員悉心栽培管理。全場並取得產銷履歷驗證。

4. 7-ELEVEN 光合農場青江菜係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於嘉義縣新港鄉，製作面積達 2.18 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該班並取得吉園圃安全蔬果標章。

5. 空心菜

7-ELEVEN 光合農場空心菜係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於嘉義縣新港鄉，製作面積達 1.5 公頃，由合作社管理中心呂清涼 標準化管理，與農民用心栽培，該班並取得吉園圃安全蔬果標章。

6. 小白菜

7-ELEVEN 光合農場小白菜係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於嘉義縣新港鄉，製作面積達 0.65 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該班並取得吉園圃安全蔬果標章。

7. 地瓜葉

7-ELEVEN 光合農場地瓜葉係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於雲林及嘉義縣新港鄉，製作面積達 0.84 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該班並取得吉園圃安全蔬果標章。

8. 山茼蒿

7-ELEVEN 光合農場山茼蒿係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於嘉義縣新港鄉，製作面積達 1.7 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該班並取得吉園圃安全蔬果標章。

9. 省產蘿美

7-ELEVEN 光合農場省產蘿美係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社栽種，生產區域分佈於嘉義縣水上鄉，製作面積達 1.2 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與社員用心栽培，該社並取得產銷履歷驗證通過

10. 甜玉米

7-ELEVEN 光合農場甜玉米係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社與嘉義縣嘉鹿果菜生產合作社共同合作，生產區域分佈於嘉義縣鹿草鄉、雲林縣土庫鎮及 荊桐鄉，製作面積達 5 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該合作社並取得產銷履歷驗證通過。

11. 高麗菜

7-ELEVEN 光合農場高麗菜係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於嘉義縣東石鄉，製作面積達 2.59 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該社並取得產銷履歷驗證通過。

12. 青花菜

7-ELEVEN 光合農場青花菜係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於嘉義縣六腳鄉，製作面積達 1 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該班並取得吉園圃安全蔬果標章。

13. A 菜

7-ELEVEN 光合農場 A 菜係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於嘉義縣新港鄉，製作面積達 0.6 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該班並取得吉園圃安全蔬果標章。

14. 菠菜

7-ELEVEN 光合農場菠菜係由保證責任嘉義縣青松果菜生產合作社製作，生產區域分佈於嘉義縣新港鄉，製作面積達 0.76 公頃，由合作社管理中心呂清涼標準化管理，與農民用心栽培，該班並取得吉園圃安全蔬果標章。

統一武藏野股份有限公司

- 1.提供台灣 7-ELEVEN 18 度 C 產品之鮮食製造工廠。
- 2.由統一企業、統一超商、及亞細亞食品共同投資。
- 3.資本額：5.229 億元。
- 4.員工人數：總計 526 人。(後勤 96 人、生產現場 430 人)
- 5.台南工廠：(1)位於台南縣麻豆鎮，佔地 4700 平方公尺。(2)目前供應 7-ELEVEN 雲林、嘉義、台南全區、及高雄岡山區，共計 762 家門市。
- 6.台北工廠：(1)位於台北縣土城市，佔地 4508 平方公尺。(2)目前供應 7-ELEVEN 大台北地區，共計 735 家門市。
- 7.與日本武藏野技術合作，運用日本武藏野之生產技術 Know-how，於 2000 年 5 月開始生產。
- 8.統一武藏野大事紀：
 - 1998.10.01 成立新事業籌備處。
 - 1999.03.18 統一武藏野股份有限公司成立。
 - 2000.05.15 統一武藏野台南廠投產。
 - 2001.10.19 統一武藏野台南廠 CAS 認證通過。
 - 2004.02.09 統一武藏野台北廠投產。
 - 2005.10.28 統一武藏野台北廠 CAS 認證通過。
- 9.主要產品類別：
 - (1)御飯糰類。
 - (2)壽司手捲類。
 - (3)三明治漢堡類。
 - (4)御便當類。

華元食品股份有限公司

華元食品於民國 70 年在台中港關連工業區成立，多年來公司本著腳踏實地、服務社會的精神，實施合理化經營改善，致力於開發以加工農產品原料為主的食品生產。

公司經營的四大目標為：

- 1.品質：不斷提昇產品品質、改善不良率，確保食品之衛生安全。
- 2.創新：致力研發新產品、新口味，以滿足消費者的需求。
- 3.速度：對外掌握市場訊息、求新求變，對內鼓勵同仁工作改善之建議，追求生產合理化。

4.服務：誠懇服務顧客、提昇顧客滿意度，傾聽消費者的需求、提供更貼切的產品。

公司針對市場的需求不斷地研究、創新、改良精進求新，且嚴格執行標準化制度的品質控管，公司生產之產品包含有洋芋片系列、麵粉製品等休閒食品、素食素肉、三合一麥片系列、生地半成品等，榮獲多項產品之 F.G.M.P 以及 ISO22000+HACCP 認證。

※和 7-11 合作的洋芋片流程

作業項目	作業場所	備註
進貨	華元食品股份有限公司	自斗南鎮農會進貨產銷履歷馬鈴薯
清洗挑選	華元食品股份有限公司	全自動脫皮
人工檢查	華元食品股份有限公司	剔除不良品
清洗馬鈴薯	華元食品股份有限公司	利用清水清洗
切片	華元食品股份有限公司	依產銷履歷馬鈴薯比重
油炸	華元食品股份有限公司	快速油炸設備做成洋芋片半成品
品檢	華元食品股份有限公司	依製程及成品抽驗表
調味	華元食品股份有限公司	測定鹽度
全自動包裝完成	華元食品股份有限公司	成品檢測其封密度及殘氧量
品質檢驗	華元食品股份有限公司	隨機抽驗成品
出貨	華元食品股份有限公司	至 7-11 門市



自斗南鎮農會進貨產銷履歷馬鈴薯



馬鈴薯 進入生產線
清洗挑選 全自動脫皮
人工檢查 剔除不良品



快速油炸設備 做成洋芋片半成品



全自動包裝完成

統一行銷股份有限公司

- 成立時間：1999年3月1日
- 資 本 額：新台幣3億2600萬元
- 董 事 長：林蒼生
- 總 經 理：程東和
- 股東結構：統一企業(20%)、統一超商 (60%)、南聯貿易(20%)
- 員工人數：約1500餘人
- 服務溫層：冷凍、冷藏、恆溫鮮食、空調溫
- 物流中心：22座(台灣/中國大陸)

- 營運車輛：約300餘輛
- 投資合作：捷盛運輸公司、大陸統冠 物流有限公司



統一行銷系統平台

<p>運輸管理系統</p> <ul style="list-style-type: none"> • RFID溫度監控 • GPS監控系統 • 排車作業系統 • 運輸情報管理 • 虛擬路線系統 	<p>企業資源與行政管理系統</p> <ul style="list-style-type: none"> • EIP入口網站 • 行政E化平台 • 品異即時通報系統 • 多溫多通路作業成本分析系統
<p>SCM供應鏈協同管理系統</p> <ul style="list-style-type: none"> • 電子發票平台 • 供應商庫存管理平台 • 供應鏈訂單管理平台 • 供應鏈整合服務平台 	<p>倉儲管理系統</p> <ul style="list-style-type: none"> • CVS多溫層物流系統 • PDT即時驗收系統 • CAPS揀貨系統 • WMS系統 • RF車機系統

RFID 溫度監控介紹

冷鏈物流管理泛指溫度敏感性產品在生產、貯藏運輸、銷售，到消費前的各個環節中，始終處於規定的低溫環境下，以保證物品品質、減少物流損耗的一項系統工程，是以冷凍工藝學為基礎、以製冷技術為手段的低溫物流過程。冷鏈由冷凍加工、冷凍貯藏、冷藏運輸及配送、冷凍銷售四個方面構成。典型的溫度敏感性產品有：乳製品、其他生鮮食品（果蔬 12%、水產品 50%、麵食 18%、肉類 20%、冷飲 28%）、花卉、血液、疫苗、藥品。以上產品如果在生產運輸過程中缺乏有效的冷鏈物流管理，將有可能造成重大的人身事故、經濟損失。

對此，業內希望將先進的 RFID 技術引入需要恰當的溫度管理的生產和物流流程管理中，將溫度變化記錄在“帶溫度感測器的 RFID 標籤”上，對產品的生鮮度、品質進行細緻、實時的管理。RFID 標籤數據存儲量大，可重復使用，使用成本低，操作簡便，在 30 米內遠距離讀寫。同時，RFID 標籤提供 ID 碼，並可連續記錄溫度數據、有準確時間記錄、容易責任界定，方便資訊追溯，可以快捷把握生鮮度管理中最重要運輸途中的溫度狀況，並促進流通過程中的生鮮度管理的改善。如有需要，RFID 還可擴展為由企業或聯盟建立覆蓋全冷鏈流程的冷鏈監測中心數據平臺。

簡便快捷的實施實際上，RFID 系統的工作方式非常簡單。只要將溫度感測器採集的溫度定時寫入 RFID 標籤的晶片中，當 RFID 標籤接到 RFID 讀寫器天線信號時，將 RFID 晶片內的溫度數據上傳給 RFID 讀寫器，交由後端系統處理。此系統便可實時監控某被管理物的溫度變化，實現實時監視、預警管理。也可以一次性讀取所有點對點的供應鏈溫度數據，生成靜態的溫度變化圖表，簡單地完成對供應鏈的溫度變化的監管。

配送虛擬路線	+	理貨變動儲位
將每日波動訂單，透過系統運算產生機動虛擬路線規劃，彈性滿足約定到店時間		運用系統與創新設備，使每日儲位可因應物流量與配送路線出貨口機動調整，確保現場動最佳化
優點：1.節省前置時間 8 小時、2.減少作業錯誤		

因應客戶需求，快速回應與服務 —開發供應鏈資訊共享平台



捷盟行銷股份有限公司

公司簡介

捷盟行銷股份有限公司(Retail Support International)成立於 1990 年，由統一集團與日本三菱集團合資成立，以架構「最 SMART 的物流」為目標，提供 Total Solution 的物流服務是捷盟服務客戶的理念，基於客戶同時有常低溫物流的需求，捷盟從常溫物流跨入低溫領域，為客戶提供全方位、常低溫整合的物流服務。另外，捷盟也針對每位客戶不同商品特性及物流規模，規劃專屬的作業流程與設備，提供客戶最適化的物流服務。

捷盟行銷是台灣最專業的物流公司之一，並連續多年榮獲天下雜誌舉辦的「五百大服務業」調查中倉儲運輸業的第一名，目前擁有零售業、餐飲業及批發業等不同業態的十多家客戶，橫跨常溫、恆溫、冷藏、冷凍等全溫層的物流服務領域。

捷盟目前管理超過三萬種商品，服務超過五千家以上的門市，綿密的物流網穿透全台灣三百多個鄉鎮，每天的配送里程加總，可繞行地球一圈。捷盟在台灣北中南設置了十一個物流倉儲中心及兩個離島分倉，不只滿足客戶在台灣本島的物流需求，也全力協助客戶在離島的業務營運，將物流服務拓展至澎湖、金門、馬祖、綠島等離島地區。

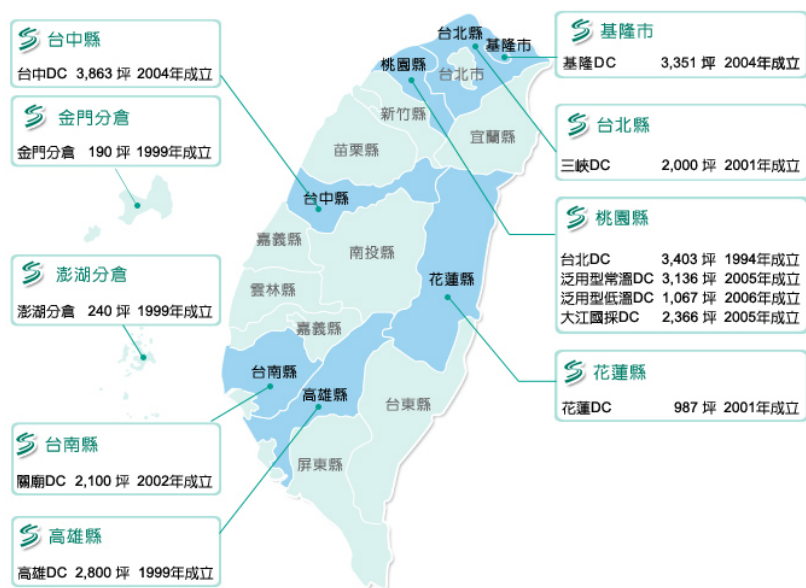
公司沿革(以 7-11 和幾家大廠作說明)

1979 年	→ 統一超商成立物流課，為全省之據點配送常溫商品。
1999 年	→ 配合 7-11 外島展店業務，領先進入離島配送，成立了澎湖物流分倉與金門物流分倉，提供離島民眾更便利的服務。
2000 年	→ 配合 7-11 台鐵展店，展開一日多配（含週日）的配送業務。 → 電子商務 B2B2C 購物網站（生活便利購）開始營運。
2004 年	→ 承接星巴克低溫、無印良品、統一多拿滋等物流業務。 → 台中及伸鴻 DC 先後遷建，其中台中 DC 進行主倉及副倉整合，伸鴻轉型全品項 DC。 → 成立無印良品專屬物流中心，並完成北區及南區星巴克低溫物流中心的建構。 → 導入供應鏈管理系統(SCIS)。 → 開發自動疊箱機，提升疊箱效率與正確性。
2005 年	→ 完成泛用型常溫 DC 整建。 → 導入自動洗箱機，大幅提高物流箱清潔效率並確保商品品質。 → 通過 ISO 14001 轉版審查作業。
2006 年	→ 完成泛用型低溫 DC 整建。 → 承接統健、二十一世紀及統一佳佳等物流業務。 → 獲選經濟部商業司「優良物流中心作業規範(GDCP)評鑑優良—大型企業組優良物流中心」。 → 推動電子發票，提升帳務處理時效與降低成本。
2007 年	→ 承接統一時尚、酷聖石等物流業務。 → 導入攜帶式標籤機，有效提升商品驗收效率。 → 配合經濟部商業司進行加工食品流通履歷追蹤計劃(RFID For Food)測試。
2008 年	→ 承接統一午茶風光物流業務。 → 承接聖娜多堡物流業務。

服務項目

- 進出口協助：船務、報關、保稅、拆櫃
- 倉儲管理：進貨驗收、入庫、盤點、鮮度管理
- 流通加工：貼標、收縮、組裝
- 理貨作業：接單、揀貨、稽核複點
- 配送作業：多樣化的配送模式、綿密的配送網
- 逆物流作業：退貨整理、分類打包
- 整體物流規劃：物流中心規劃與諮詢、物流流程改善、運輸配送模式、資訊系統諮詢

服務據點



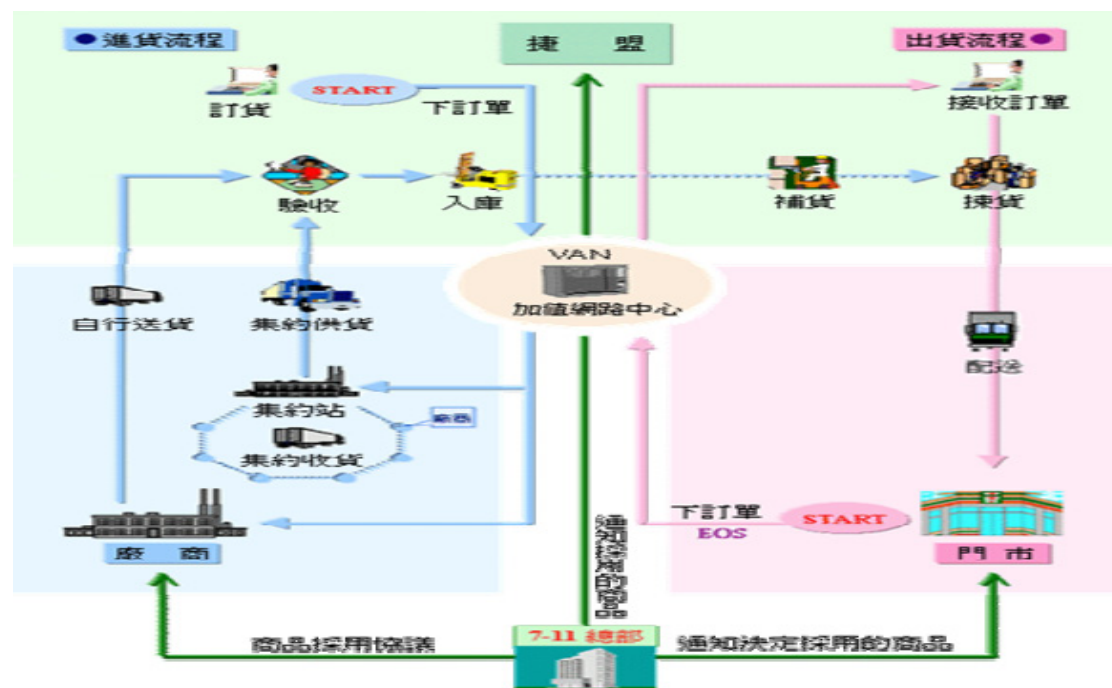
主要客戶

零售業客戶	主要商品
統一超商(7-ELEVEN)	食品、日用品
統一生活(COSMED)	健康食品、藥品、美容品、日用品
台灣無印良品(MUJI)	衣料品、食品、日用品
統健(SANTA CRUZ)	健康食品、有機食品、日用品
統一時尚(PLAZA)	衣料品、食品、日用品
餐飲業客戶	主要商品
統一星巴克(STARBUCKS)	咖啡豆、調味液、沙拉、麵包、蛋糕、門市用品
統一多拿滋(MISTER DONUT)	食材、雞蛋、門市用品
二十一世紀(21 CENTURY)	門市用品

酷聖石(COLD STONE)	冰淇淋原物料、門市用品
統一午茶風光(AFTERNOON TEA)	食材、門市用品
聖娜多堡(Semur De Pain)	冷凍麵糰、麵包原物料、常溫飲料、門市用品
批發業客戶	主要商品
統一生機	有機食品、有機蔬果
統一藥品	藥品、美容品

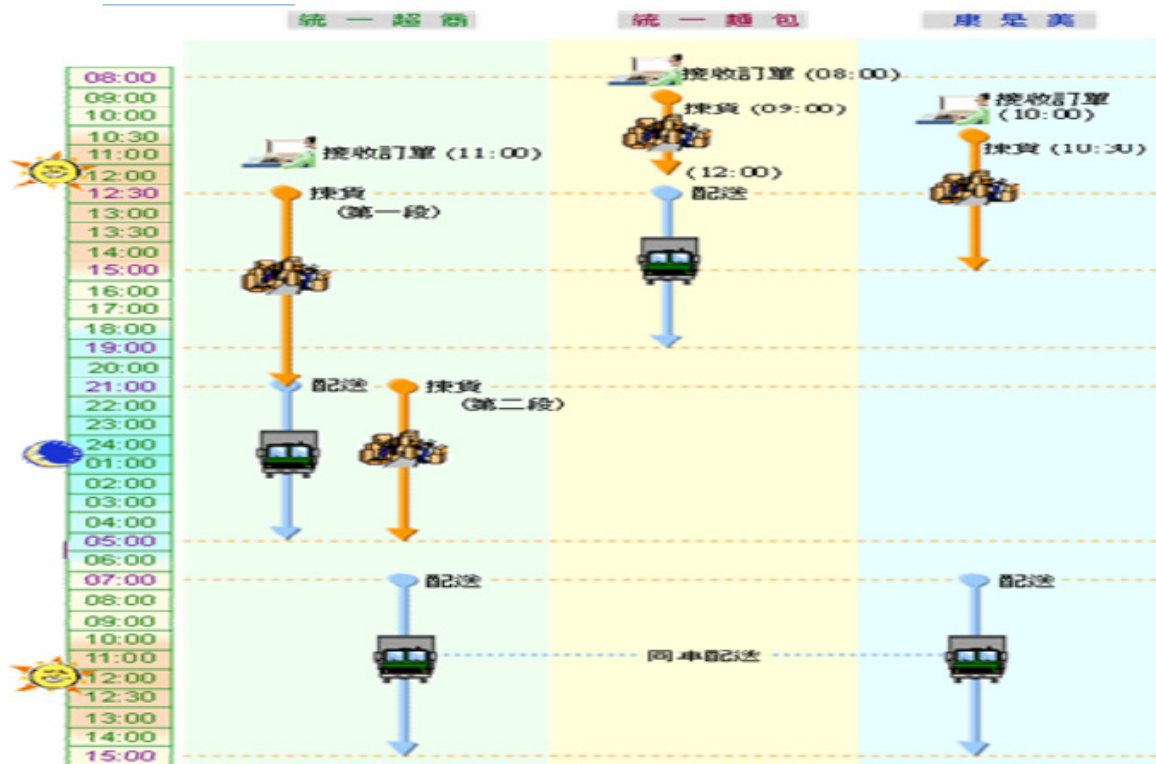
進出貨的物流流程

從 7-11 總部利用 VAN(加值型網路中心) 所採用的商品至捷盟，捷盟再下訂單 VAN 傳送廠商和集約站；然後驗收貨品放進倉庫裡。出貨流程：由門市下訂單利用 VAN 接受訂單在篩選貨物、配送至門市。



出貨時間表

統一超商、統一麵包、康是美三家的出貨時間流程表，由接受訂單到篩選貨物，再到配送。



波特五力分析

五力理論分析 7-11 之競爭力

1、現公司間的競爭

- (a) 產業成長趨緩
- (b) 競爭者集中度高
- (c) 產品差異化小

2、新進入者的威脅

網路及電視購物

3、替代品的威脅

目前尚無

4、顧客議價能力

顧客不能殺價，必須現金交易

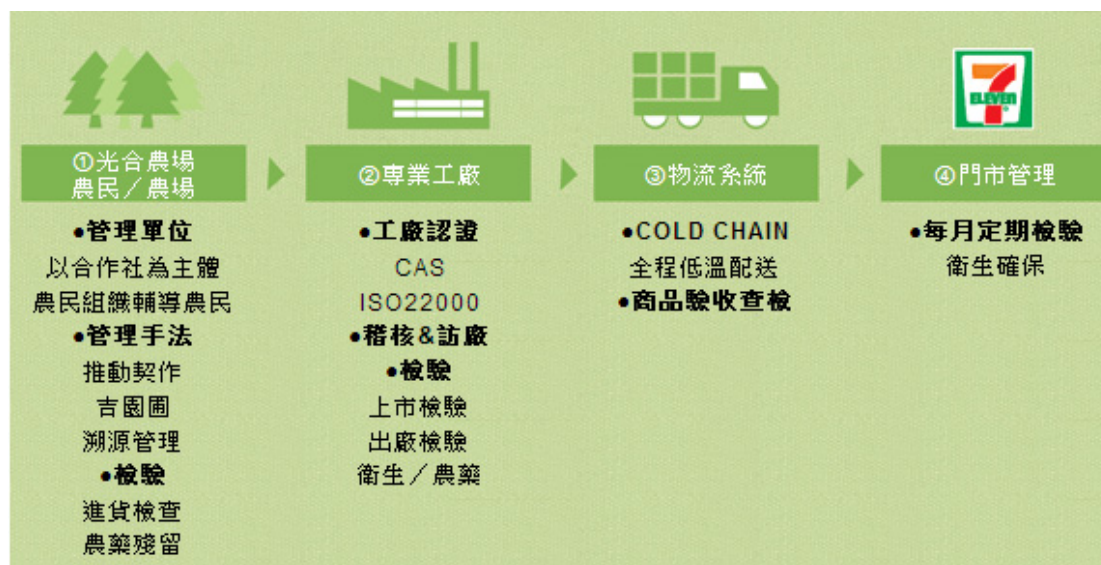
5、供應商的議價能力

供應商要來拜託，而且還要付費上架

結論：

7-11 主張：從農場到餐桌，從源頭管理，確保安心安全的食材

- * 深入並解析供應鏈流程，掌握成本與數量，提供顧客安心、安全、美味食品
- * 透過供應鏈整合，開發差異化商品，保持通路領先優勢
- * 積極使用優良在地商品，協助台灣產業轉型，善盡企業責任



受到全球氣候變異造成糧食原物料缺貨、漲價，加上近年來黑心商品問題充斥，因此 7-ELEVEN 訴求愛用台灣在地食材，更投入食材源頭管理，因此從 10 多年前即跳脫傳統多層次供銷體系，透過產地契作模式，從蔬菜的保鮮、農藥使用，收成尺寸、加工一一為消費者把關。

7-ELEVEN 透過與台灣農民契作，確保全年規格、價格穩定的台灣優質農產品，並堅持 100% 使用台灣米，不僅如此，7-ELEVEN 更從鮮食工廠、物流、門市端等各個環節嚴格把關，目前已結合全台 200 多家農戶、400 多家鮮食與衛星工廠以及知名的石安牧場、源欣興肉品等等，創造出全台灣最大的鮮食產業。

7-ELEVEN 也投入資源將現代科技與傳統農業的結合，例如成立米飯實驗室，全程低溫物流倉儲以及科學化品質管理作法，逐步累積建立台灣稻米資料庫，協助農民把台灣米變得更好吃。

7-ELEVEN 期望透過與農民合作，打造獨一無二的農業品產銷平台，共創安心美味的台灣農產品形象。