如同第 10 章所提到的**套利交易** (hedging)，使用這方法可以讓 AP 價格比較穩定。大型餐旅機構如果有相當的資源及技術，則可以使用這個方法，長期下來確實能節省一些成本的支出。

套利交易 (hedging)
為了減少或避免常用品AP的波動而產生的風險。

以實務而言，小型機構還是以每天採購為基礎。一旦太過於考量 AP 價格，EP 成本很可能就被忽略掉了。對小型機構來說，以 EP 成本為主要考量會比較好，如想辦法減少製備及服務過程中的耗損。

有時候買家會遇上機會採購，但大部分這樣的情況只來自一些新供應商短暫進入此產業時所給出的優惠。也許這樣的機會採購是要讓機構用優惠的價格來使用新的便利產品。

一般大量採購上的優惠也是有的，但很少有供應商提供這樣的機會。另外，買方機構不要將其供應商或產品規範轉換得太快，因為肉品是採購中很重要的一環，所以每一步的決定都得仔細小心。

挑選的考量因素

就如同其他的商品挑選一樣，機構的主管須獨立或共同去決定所要使用的商品品質與種類。以下是一些機構主管在肉品挑選上所要考量的因素。

⊙ 烹煮需求

買方機構必須確認哪些產品要被使用及使用在哪裡，如此一來才能準備適切的採購規範或產品規範。舉例來說，使用在早餐上的培根與用在沙拉上的培根是採不同切法的。

⊙ 確切名稱

商品的確切名稱 (exact name) 是要讓供應商知道什麼商品是被需要的，也讓機構的接收員知道哪些商品是要被接收的。多年來，肉品產業、肉品的使用者及美國農業部對於產品的標準化已做了相當多的努力。

確切名稱 (exact name)
為商品或服務的確切型態、品質及種類。

美國政府在肉品上設定了許多的**商品身分辨別** (standards of identity) 標準。舉例來說，如果買家要買漢堡肉，則其成分一定得包含 70% 的瘦肉及 30% 的肥肉。當然所有這些標準只是最基本的要求，供應商要進一步將商品的規格提升到比政府規定的還好也是可以的。在剛剛

商品身分辨別 (standards of identity)
美國政府規範某一些商品要有特定的名稱。

版權所有

華泰文化
HWA TAI PUBLISHING

的漢堡肉例子中，使用肉的部分並沒有詳細的規定，但如果買家要求的是某一部分的肉，則就必須在產品規範中註明清楚。

使用商品身分辨別標準，可以降低買家在採購上的風險，除非買家在採購規範中有特殊的要求。當然買家如果參考企業肉品採購規範 (Institutional Meat Purchase Specification, IMPS) 的編號系統來做採購，就不必列出許多自己在產品規範上的要求及說明。這些編號代表了部分的產品規範，例如採購編號 1112 的肋眼牛排，買家所得到商品就會切成特別的形狀和大小。

IMPS 的編號系統是以下幾個機構共同努力的結果，而這些機構包含了：**美國肉品協會**（National Association of Meat Purveyors, NAMP；現在為 North American Meat Processor Association）、**美國生鮮家禽及肉品部** (National Livestock and Meat Board) 的採購專員、美國農業部**農業行銷服務局** (Agricultural Marketing Service, AMS) 下的家畜組 (Livestock Division)。這些編號在 NAMP 所出版的《**肉品採購者指南**》(*The Meat Buyer's Guide*, MBG) 中都可查得，除了編號外，每一產品的照片與描述都有放入。所以對於買家而言，用編碼來選購商品也可方便接收員做點收（請見圖 23.2）。

美國肉品協會 (National Association of Meat Purveyors, NAMP)
為肉品加工商的組織，這個組織提倡安全、可信賴、品質一致的肉品，以及家禽、海鮮、野味等相關商品。

美國生鮮家禽及肉品部 (National Livestock and Meat Board)
代表美國各地肉品廠商的組織，提倡紅肉（牛、羊、豬）的研究、教育及資訊分享。

農業行銷服務局 (Agricultural Marketing Service, AMS)
在美國農業部之下，依照農業行銷法去建置官方對一些食材的分級評估準則的單位。

《肉品採購者指南》(*The Meat Buyer's Guide*, MBG)
為企業肉品採購規範 (Institutional Meat Purchase Specification, IMPS) 的另一種別稱。

Series Number	Series Name
100	Fresh Beef
200	Fresh Lamb and Mutton
300	Fresh Veal
400	Fresh Pork
500	Cured, Cured and Smoked, and Fully-Cooked Pork Products
600	Cured, Dried, Cooked, and Smoked Beef Products
700	Variety Meats and Edible Byproducts
800	Sausage Products

圖 23.2　IMPS/NAMP 的肉品分類

IMPS 編號有時又稱作 IMPS/NAMP 編號或 MBG 編號，這個系統讓採購變得相當方便。一般肉品採購者都會參考這一資訊才來做選購。IMPS 編號是依照商品的類別來區分的，第一個號碼的意思為產品的類型，其他的號碼則是指被切除及被割除的部分（圖 23.3 為一些肉品的 IMPS 編號）。

IMPS/NAMP 編號
為企業肉品採購規範 (Institutional Meat Purchase Specification, IMPS) 編號的另一種別稱。

版權所有

華泰文化 HWA TAI PUBLISHING

基於一些原因，買家不想在採購規範中使用 IMPS 編號系統，所以他們必須清楚標示出所需要的肉品部分及處理方式。一般新鮮的肉品有以下四種出貨的方式：(1) 整頭；(2) 半頭；(3) 量販裁切；(4) **零售裁切** (retail cut)。其他分切方式還有很多，所以基本上買方機構需要對這些術語有所瞭解。

除了商品的切割方式外，買家還需要瞭解交易上的術語，而這術語主要分兩種：**內臟** (variety meat) 及**可食用之副產品** (edible byproducts)。內臟指的是肝、舌頭及心臟等；可食用之副產品指的是將乾燥或用鹽醃製的碎肉做成餅狀或是灌到腸子中；香腸有些有腸衣有些沒有，有些煮過有些沒有。

零售裁切 (retail cut)
由量販裁切的大塊再分切成小塊。

內臟 (variety meat)
像是肝臟、腎臟等內臟部分。

可食用之副產品 (edible byproducts)
裁切後的食材（如肉或海鮮），可以加工製成其他型態的食品。像是自牛排裁切下來的碎肉可做成香腸或漢堡排。



Beef rib steak (IMPS/NAMPS 1103)



Beef porterhouse steak (IMPS/NAMPS 1173)



Lamb loin chop (IMPS/NAMPS 1232A)



Lamb, boneless shoulder, rolled and tied (IMPS/NAMPS 208)



Pork loin chops (IMPS/NAMPS 1410)



Pork tenderloin (IMPS/NAMPS 415)

資料來源：Gisslen, *Professional Cooking*, 7th Edition，John Wiley and Sons, Inc. 翻印許可。

圖 23.3　一些肉品的 IMPS 編號

版權所有

華泰文化 HWA TAI PUBLISHING

美國政府會對現有的肉品名單做更新，這些資料有些被用來作為分級的標準。如果買方機構採購大量的肉品，則必須對這些資料有所瞭解。

如果買方需要大量的加工肉品，則需要對商品的確切名稱、規格、品質等有所說明。許多的加工肉品有訂出商品身分辨別標準，但這卻不是在挑選加工肉品上的主要考量。

⊙ 美國政府的相關檢核及分級

美國政府肉品檢疫法 (Federal Meat Inspection Act)
為官方用於檢疫及標籤肉品的法規。

美國對肉品的檢疫，早在 1907 年的**美國政府肉品檢疫法** (Federal Meat Inspection Act) 就開始。這個法規定了所有生鮮的肉品，不管是本地的或是進口的，都要接受檢疫。加工的肉製品像是香腸、冷凍便當、罐頭肉品及肉製的湯品等，也都需要接受檢疫。唯一不需要做檢疫的是兔肉，但兔肉產業有提供自願性的付費檢疫。

美國政府的肉品檢疫是由 USDA 中的食品安全檢驗署（Food Safety and Inspection Service, FSIS(www.fsis.usda.gov)）來負責的。這個檢疫是用於肉品屠宰及肉品加工的危險分析重要控管要點 (Hazard Analysis Critical Control Point, HACCP) 部分。使用 HACCP 是為了確保食品的安全，並要求在食品處理的環境中減少錯誤的發生。FSIS 的檢疫員利用網路 (www.fsis.usda.gov/Science/Hazard_Analysis_&_Pathogen_Reduction/index.asp) 做檢查，好瞭解廠商是否符合 FSIS 在食品及非食品上的標準要求。

量販肉品法 (Wholesale Meat Act)
為美國農業部對於肉品安全所訂出的規範，其要求肉品必須通過美國政府的檢疫標準。

美國各州政府與一些機構也一同發起了肉品檢疫的活動，並於 1967 年提出了合乎衛生的**量販肉品法** (Wholesale Meat Act)，這個法要求州政府所執行的肉品檢疫要求比照美國政府檢疫的規定。若想知道更多有關美國政府肉品檢疫法的訊息，可參閱此網頁：www.fda.gov/RegulatoryInformation/Legislation/ucm148693.htm。

政府的檢疫機構開始對屠宰場及肉品加工廠的環境、設備、流程提出要求，好讓這些地方能在安全衛生的環境下營運。設備及環境要保持乾淨，工廠的平面圖、供水、配電、污水處理及照明等也都要通過檢查。每天工廠在運作前都需要有檢疫員做檢查，如果有不合規定的地方，工廠就得馬上停工。

對於動物的檢疫，必須在屠宰前及屠宰後進行。在屠宰前，USDA 需檢查家畜是否有生病的狀況，任何進屠宰場的動物都得是活體，病的或死掉的不可以進到屠宰場。在屠宰後，檢疫員需檢查屠體及其內臟是否有疾病的感染。為了確保檢疫過程具一致性，一次會有許多不同的檢疫員進行檢查。

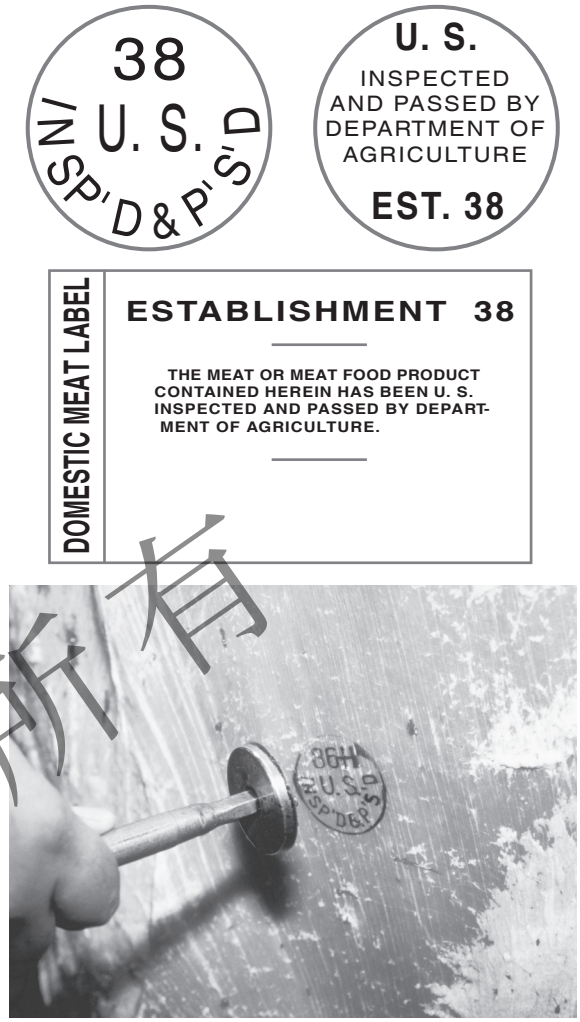
版權所有

華泰文化 HWA TAI PUBLISHING

一旦通過 USDA 的檢疫後，就會給予通過美國政府檢疫的標章（如圖 23.4）。這個標章上的數字表示這個屠體是在哪一個地方被處理及包裝的，編碼則是屠宰場或加工場的代號。這個標章不會出現在每個角落，而是只有整頭通過檢疫的屠體才會有。一些零售商可能會在分切時切到一部分的標章。

USDA 的檢疫是最具公信力的，連美國軍方對肉品的檢疫都得比照 USDA 的檢疫流程。雖然有許多部門提供肉品的檢疫，但還是以 USDA 的檢疫為基準。不過通過檢疫的商品並不代表就是高品質的。

除了肉品的檢疫外，美國政府還提供人道屠宰及運送技術等指南。美國政府也提供了分級的綱要，而分級的考量對生鮮肉品提供了比較公正的品質及可使用部分的評估。美國最初的牛肉分級制定於 1916 年，一直到 1928 年才出現官方標準。目前這樣的服務是依照 1946 年**農業行銷法** (Agriculture Marketing Act) 的要求，由**農業行銷服務局** (Agricultural Marketing Service, AMS) 的**家畜與飼料組** (Live Stock & Feed Division) 來公布分級的標準（見圖 23.5）。



資料來源：美國農業部。

圖 23.4　美國政府的肉品檢疫標章，標章上的數字為屠宰場的代號

牛肉、小牛肉、豬肉及羊肉都有品質分級制度；牛肉及羊肉則有自願性的可使用率分級制度。雖然豬肉沒有很正式的可使用率分級制度，這些肉品的**美國品質分級** (U.S. quality grades) 主要還是依據其可使用率來區分，至於其他有關烹煮的一些特質在分級上則沒那麼重要。

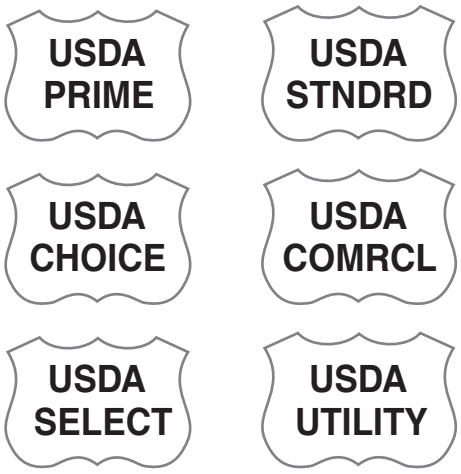
分級是付費的服務，但大多數的供應商都會採購這樣的服務，且這樣的制度對於採購肉品的買方機構也是一種很普遍的要求。但有些畜牧者認為這種分級標準不夠一致，並要求對這樣的分級做出一些改變；不過在美國約有 50% 的肉都是依照品質來做分級的。不管分級制度是不是有反對的聲音，採購肉品的人員還是會將此資訊

農業行銷法 (Agriculture Marketing Act)
有關農業及肉品行銷的法規。

農業行銷服務局 (Agricultural Marketing Service, AMS) 的家畜與飼料組 (Live Stock & Feed Division)
主管肉品行銷的單位。

版權所有

華泰文化
HWA TAI PUBLISHING



資料來源：美國農業部。

圖 23.5　美國政府的肉品分級標章

拿來作參考。也許採購員不會將此因素列為最重要的挑選考量因素，但在其產品規範中仍會標註美國政府分級的資訊。

牛肉的分級係依其肉品的美味程度進行劃分；**脂肪分布** (finish) 的狀況、肌肉的結實度、牛隻的生理狀況及成熟度，皆為美國政府用以評估牛肉品質的主要因素。其他考量的因素還有：牛隻被宰殺的年齡、性別、肉色、**油花程度** (marbling)、屠體的外形及瑕疵部位。對買方機構來說，最重要的考量就是肉品的油花分布。

美國政府對牛肉進行分級之前，會有某一些主觀上的**限制標準** (limiting rule)，也就是在分級之前牛隻須先依據**成熟度做分類** (maturity class)，其可分成以下五種：

Class A：牛隻年齡在 9 至 30 個月之間。

Class B：牛隻年齡在 30 至 42 個月之間。

Class C、D、E：牛隻年齡在 42 個月以上。

以上是依照牛隻被宰殺時的生理年齡來進行成熟度的分類，而無須考量：肉的顏色、瘦肉的質感、骨頭的狀況、肉質變硬的狀況、軟骨的狀況。

牛肉的品質分級會受到其生理成熟度的影響，例如在 Class C 的分級中，不可能會出現 Prime（肉品最好的分級）。所以牛隻被宰殺的年齡若高於 42 個月，就不可能歸到品質最好的牛肉中（見圖 23.6）。

而美國政府對牛肉品質的分級為：

1. Prime：品質最好的產品，肉質非常鮮嫩且多汁。這個等級的肉含 8% 到 10% 的脂肪。基本上這種品質的肉，是來自穀物餵養至少 180 天大的動物，其體內有白色結實的油脂。這樣的肉品有非常好的風味。
2. Choice：這個等級的肉品至少包含 5% 的脂肪。這個等級還分高中低三種次等級。High Choice 等級的肉品近似 Prime，只是該肉品是來自於穀物餵養約 150 天大的動物。Average Choice 等級的肉品來自於穀物餵養約 120 天大的動物。U.S. Choice 等

美國品質分級 (U.S. quality grades)
聯邦政府對於食物品質的分級制度，並非所有的食物都設有官方的分級標準。

脂肪分布 (finish)
屠體上脂肪分布的狀況。

油花程度 (marbling)
脂肪在肌肉組織中的分布；為牛肉在分級及挑選上的考量因素。

限制標準 (limiting rule)
依照美國官方對於品質分級的要求，若某一評估因素的分數非常低，縱使總分達到了此等級標準的要求，還是不會將它列在這個等級。

成熟度做分類 (maturity class)
依照動物被宰殺時的年紀來做區分。為牛肉在分級及挑選上的考量因素。

版權所有

華泰文化 HWA TAI PUBLISHING

級的肉品來自於穀物餵養 90 天大的動物。餐旅業者通常採購 High Choice 與 Average Choice 等級的肉品，而 U.S. Choice 等級則會販售到超市或零售店。

3. Select：這個等級的肉比較瘦一些，脂肪含量為 4%，通常是**草飼牛** (grass-fed beef)。這樣等級的肉品，其脂肪不是那麼白也不是那麼結實。在超市中這個等級的商品最受歡迎，比起前兩個等級，此肉品價格比較低且也比較健康，但風味就沒有高等級來得好。
4. Standard：與 Select 等級的肉品相似，只是沒有那麼多汁且鮮嫩，風味比較溫合。這個等級的肉往往也是來自草飼牛。
5. Commercial：來自比較老的動物，通常肉質比較韌。乳牛大概都被分在這個等級中。因為受動物被宰殺時的年齡所影響，所以這樣的肉有些吃起來也很具風味。
6. 7. 8. Utility、Cutter 及 Canner：其品質分級沒有受到年齡的限制，很老的牛通常被分在這三個等級中。這樣**商業等級** (manufacturing grade) 的肉品通常會被商業食品加工業者所使用。

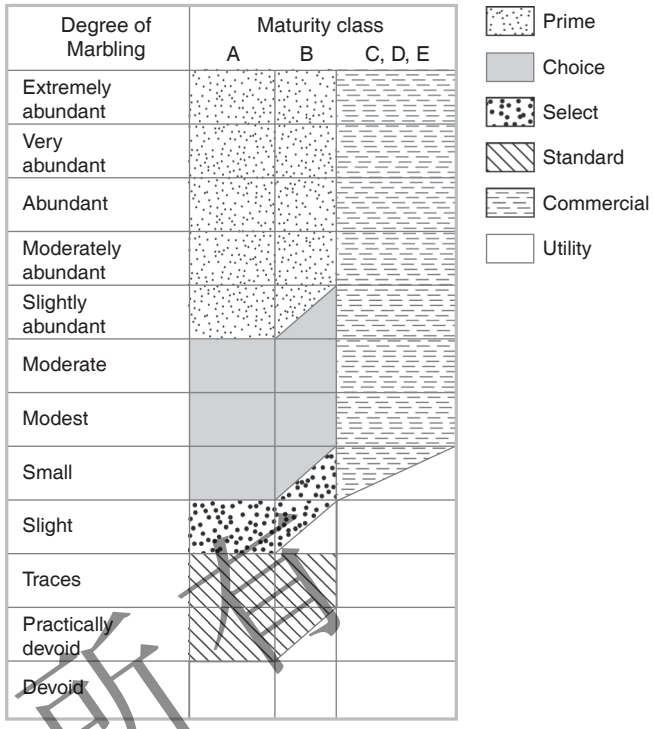


圖 23.6　牛肉的品質分級描述

草飼牛 (grass-fed beef)
牛隻所含的體脂肪相對較低，風味比穀飼牛來得差一些。

商業等級 (manufacturing grade)
等級較低的商品，不適合新鮮狀態的使用，但可用於加工品中。

油花的量及分布 (feathering)
脂肪在肋骨及肌肉間分部的狀況。

羊肉的品質分級是基於：顏色、質感、肉品的結實度、肉品的質地結構、骨頭及肉的份量、**油花的量及分布** (feathering)。

美國政府對羊肉品質的分級為：

1. Prime　　2. Choice　　3. Good　　4. Utility

如果餐飲服務業者在菜單上標示所提供的是新鮮的羊肉，Prime 與 Choice 等級是常被使用的。低品質的商品不建議使用在新鮮的食材上，其會比較適合被送到加工工廠去製成便利食品。

版權所有
華泰文化
HWA TAI PUBLISHING

豬肉的品質是依據其可使用率來區分，而其他的考量因素還包括油花、顏色、肉的結實度及其質地結構。比起用其他方式餵養的動物，吃穀物的豬其品質較好。

美國政府對豬肉品質的分級為：

1. No.1　2. No.2　3. No.3　4. No.4　5. Utility

大多數的豬肉是用在加工豬肉上，像是火腿及培根，所以大部分的豬肉在離開包裝工廠前都會分成小包裝，只有非常少數的豬肉會做分級。如果菜單上有用新鮮豬肉烹調的菜餚，則需要使用 No.1 或 No.2 等級的豬肉（或是同等級的包裝商品牌）。低品質的豬肉在烹煮時會縮水許多，所以不太適合放到菜單中。

小牛肉的品質分級是依據：肉品的顏色、質地結構、肉質的結實度、骨頭及肉的比例。高品質的小牛肉呈現粉紅色且質地柔軟。

美國政府對小牛肉品質的分級為：

1. Prime　2. Choice　3. Good　4. Standard　5. Utility　6. Cull

Prime 及 Choice 等級的小牛肉通常會被新鮮地拿來使用，低品質的小牛肉則送到加工工廠去做成便利食品。若需要更詳細的美國政府分級及檢疫的資訊，可以上網查得 (www.ams.usda.gov/lsg/lsmg)。

⊙ 產品的可使用率

美國可使用率分級 (U.S. yield grades)

聯邦政府依照肉品的可使用率去做品質的分級，並非所有的肉品都設有此官方的分級標準。

美國政府針對牛肉及羊肉提供了自願性的可使用率分級服務。**美國可使用率分級** (U.S. yield grades) 分成 1 到 5，1 代表最高的可使用率，5 代表最低的可使用率。分級標準所考量的因素有：(1) 肋眼上脂肪的厚度；(2) 肋眼的範圍；(3) 腎臟、骨盆、心臟外頭的脂肪量；(4) 屠體的重量。舉例來說，USDA 所訂出的 Prime 等級無法達到可使用率分級的 Grade 1 和 Grade 2，因為其油脂含量過高，降低了可食部分的比率。

Prime 等級的肉，因為其油花量，所以降低了其可使用率的等級。同樣地，Choice 等級的肉品其可使用率也無法達到 Grade 1 等級。因此，就某種程度而言，品質及可使用率是相互關聯的。

買家若要採購半隻、四分之一隻或整隻的屠體，則必須標明所需的可使用率。不過這麼大的一塊肉，實在很難給出準確的可使用率，所以只能給一個大概的數值。例如，買一塊 Commercial 等級的牛胸肉時，可註明其應具備可使用率的 Grade 1 或 Grade 2 等級（請見圖 23.7）。

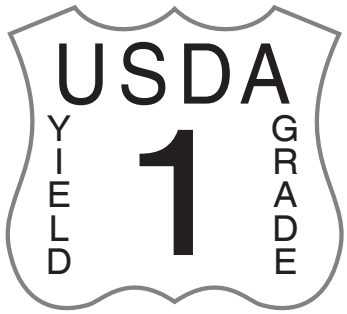
買方機構若採購的是零售商所賣的肉品，則可以使用美國政府的標準去確認商

版權所有
華泰文化 HWA TAI PUBLISHING

品的可使用率。舉例來說，在沙朗牛排條的產品規範中，可以特別標明產品需符合美國可使用率的 Grade 1 等級。

如果買家使用的是 IMPS 制度或／及美國可使用率的分級，則買家可以瞭解其所採購肉品的可使用率。如果不去使用這樣的制度，則必須在採購規範中列出可接受的最小可使用率及最大廢棄率。

豬肉及小牛肉並沒有正式的可使用分級制度。回想一下，之前有提到在美國的豬肉分級中，其分級的基準為商品的可使用率，所以豬肉的分級有時又被稱為可使用率分級。U.S. No.1 的豬肉是最瘦的，肉的可使用率也是最高的；反之，U.S. No. 4 等級的豬肉有兩倍的脂肪，肉也少了三分之一。



資料來源：美國農業部。

圖 23.7 美國政府的可使用率分級標章，用來標示屠體的可使用率等級

⊙ 包裝商品牌

許多的肉品包裝商發展出了他們自己的品牌分級，就像是包裝商在自己的新鮮肉品外標示了：Star Deluxe、Star、Quality、Banquet 等品牌分級。在美國，許多的肉品包裝商都有自己的分級，但包裝商的分級相較於政府的分級還是少了些客觀性。

有些肉品被標示為有機認證 (certified organic)，要符合這樣的認證必須有：(1) 要設立有機農業商品的標準；(2) 有一套系統可確認商品能達到有機的標準。一旦動物的飼養及製作方式合乎美國農業部的標準，就可以在包裝上標上有機認證。此網頁提供了相關議題的討論：www.fsis.usda.gov/Regulation_&_Policies/Certified_organic/index.asp。

任何形式的加工肉品，都是依其包裝品牌作為採購的依據，因為這是唯一能判定品質的方式。很少會見到在加工肉品的採購規範上，沒有標註任何商品品牌的。有時候也必須清楚註明加工品中的內容物成分。不過對其他種類的加工肉品而言，在處理上可能沒那麼簡單。

包裝商品牌有時也會使用在一塊一塊切好的肉品上，所以買家需考量其商品的一致性；雖然每一包都有一定的重量，但不是每一包肉的形狀都長得一樣。再者，每一種肉品的包裝方式也截然不同，像牛排可能就是分別一個一個單獨包裝的。相同重量並不代表一致性的外觀，有些為了要合乎重量還東切西切，導致肉品不完整。

其他形式的品牌標示也可以在美國找到，例如 SYSCO 這個品牌只提供年輕牛的肉品，且符合 USDA Choice 以上的等級。如果肉品的包裝商符合 Angus 牛肉認

版權所有
華泰文化
HWA TAI PUBLISHING

證 (Certified Angus Beef Program)，也可以在包裝上貼上標籤。這個認證是**美國 Angus 協會** (American Angus Association) 用來對最年輕牛隻的肉品及其油花的狀態做分級的方式，通常其可使用率分級是落在 U.S. Grade 1-3。

Angus 牛肉認證 (Certified Angus Beef Program)
專門控管符合品質標準的 Angus 牛肉銷售的機構。

美國 Angus 協會 (American Angus Association)
為牛隻產業之組織，主要目標為提供高品質、品質穩定且安全的牛肉給消費者。

⊙ 產品大小

買方對於所採購的肉品要明確說明所需大小，而這項工作其實不難，因為 MBG 這本指南標示了量販及零售裁切的所有**重量範圍** (weight range)。舉例來多，所有大塊裁切的肉品被歸類為四種重量：A、B、C、D，而小包裝則可以買到許多種不同的份量。IMPS 規定，若肉品重量小於 6 盎司，則其準確率誤差要在 0.25 盎司的範圍內；若切下來的重量在 6 到 12 盎司之間，則其準確率誤差要在 0.5 盎司的範圍內；若重量在 12 到 24 盎司之間，則其準確率誤差要在 0.75 盎司的範圍內；如果重量在 24 盎司以上，則其準確率誤差要在 1 盎司的範圍內。

重量範圍 (weight range)
為買家在採購商品上所需求的可能大小，通常使用在無法提供確切重量的商品上。

如果採購的是加工便利食品，通常商品的大小也會被要求。一般來說，一個包裝商只會提供一種大小的產品；若買家一直與同一家廠商合作，就無須多加說明產品的大小。

⊙ 容器大小

在肉品的各通路中，其包裝的大小是有一定標準的。加工的肉製品其包裝的大小通常是在 5 到 50 磅的範圍之間。例如，冷凍燉牛肉也許是 5 磅一包，6 包裝一箱，而這種包裝方式又被稱為**保溫桌包裝** (steam-table pack)。

保溫桌包裝 (steam-table pack)
將便利食物包裝成可放到烤箱或蒸爐中的大小，用於直接加熱。加熱完畢，移除上頭的蓋子後，可將包裝容器直接放上保溫桌供人取用。包裝通常是錫箔質材。

新鮮的肉品通常會裝在 10 磅的箱子中，像牛絞肉一般會裝在 5 磅或 10 磅的包裝中。有時量販裁切的肉品還得找夠大的箱子來裝箱。例如，買方要採購 IMPS 中編號 109 的牛肋排，重量要求是 C 等級的（每一塊為 9 到 22 磅重），則這樣的商品大概是 3 個裝一箱。在這樣的狀況下，買方就不用特別限定包裝的大小，因為單品的重量已被要求了。另一種選擇則是清楚註明一箱為 60 磅的**受限重量** (catch weight)。

受限重量 (catch weight)
為商品大約的重量，用於無法提供確切重量的商品上。

如果採購的是罐頭或瓶裝的肉製品，則需標明罐頭或瓶子的大

版權所有

華泰文化 HWA TAI PUBLISHING

小或容量，例如買 10 號罐大小的墨西哥燉肉。

⊙ 包裝質材

包裝質材的不同會影響產品品質的保存，所以買家要明確要求包裝質材的使用。最常用的是保鮮包裝；生鮮肉品通常是用保鮮膜包裹，而有一些肉品還會使用**收縮膠膜包裝** (shrink-wrap)（請見圖 23.8）。

收縮膠膜包裝 (shrink-wrap)
將包裝內的空氣抽離，讓包裝跟商品緊貼在一起，為一種環境控制包裝的形式。

包裝的品質會直接影響到產品的 AP 價格。大多數的供應商對包裝質材都有其規定，但有些供應商如果要低價銷售肉品，可能就不太會管包裝是使用怎樣的質材了。然而對買家而言，所採購的肉品應該受到一定的保護，尤其是冷凍肉品。



Sysco Corporation 2010 © 版權所有。

圖 23.8　收縮膠膜包裝的牛肉

⊙ 包裝流程

除了碎冰包裝外，肉品包裝的流程與家禽或魚類的包裝流程是相同的。大塊的肉品需直接裝箱，小塊的肉則是一層一層地裝箱。如果買家有要求，供應商還可以將每一塊肉分別獨立包裝後再分層裝箱。培根的包裝通常是一條一條平放在板子上，然後使用真空**平板包裝** (shingle pack)，就如同在超市中看到的一樣；或是使用**放置整齊的包裝** (layout pack)，或使用**一大落一大落的包裝** (bulk pack)。不是所有的供應商都會使用多樣的包裝方式，因為這樣的包裝流程會增加成本的支出。雖說如此，當買方有所要求時，供應商還是會以付費服務的方式提供包裝。

平板包裝 (shingle pack)
每一個商品平行地放置且不相互重疊。

放置整齊的包裝 (layout pack)
商品包裝可以直接拿起來，然後放到烤箱中製備。像是整齊包裝的培根可直接放入烤盤中製備。

一大落一大落的包裝 (bulk pack)
包裝中含大量的商品，通常其包裝成本較低，且用於小包裝。

⊙ 產品規格

可以依循 MBG 中的標準；如果買家在買肉品時使用 IMPS 編號，則商品就會照著標準切成一定的外型。如果買家買的是加工食品，也是可以 MBG 或 IMPS 為基準。不過，市面上流通的肉品還是有許多是在外型上沒有參考依據的，因此買家須小心地對所需產品的外型加以解說。

版權所有
華泰文化
HWA TAI PUBLISHING