

善盡企業社會責任

下一步...要把剩食變盛食

【記者黃冠穎／台北報導】王品在兩岸有23個品牌，多品牌已是策略主軸，但董事長陳正輝規劃的下一個品牌，與過去全然不同，他要將被淘汰的「醜蔬果」端上餐桌，減少地球資源的浪費，讓「剩食」成爲「盛食」，也讓王品盡一份企業社

會責任。

陳正輝說，台灣有高達三分之一的食材在原產地被丟棄，並非不能食用，而是外觀或規格不一，廠商不願意供貨。王品應該對環境盡一份心力，新品牌不是爲了營利，店數也不會太多，主要希望由王品帶動，讓醜蔬

果可以被消費者接受。

醜蔬果是否代表成本低呢？陳正輝解釋，醜蔬果的物流成本一樣，但因規格、形狀不同，是研發技術是最困難的品牌，而消費者的接受程度也是一大考驗，新品牌價位尚在測試，成本反而不是最重要的概念。