

王品集團wowprime

2026/05/21

王品餐飲股份有限公司 簡介

公司簡稱：王品
股票代號：2727

一起吃飯，
就是最好的
意義。



壹、公司概况

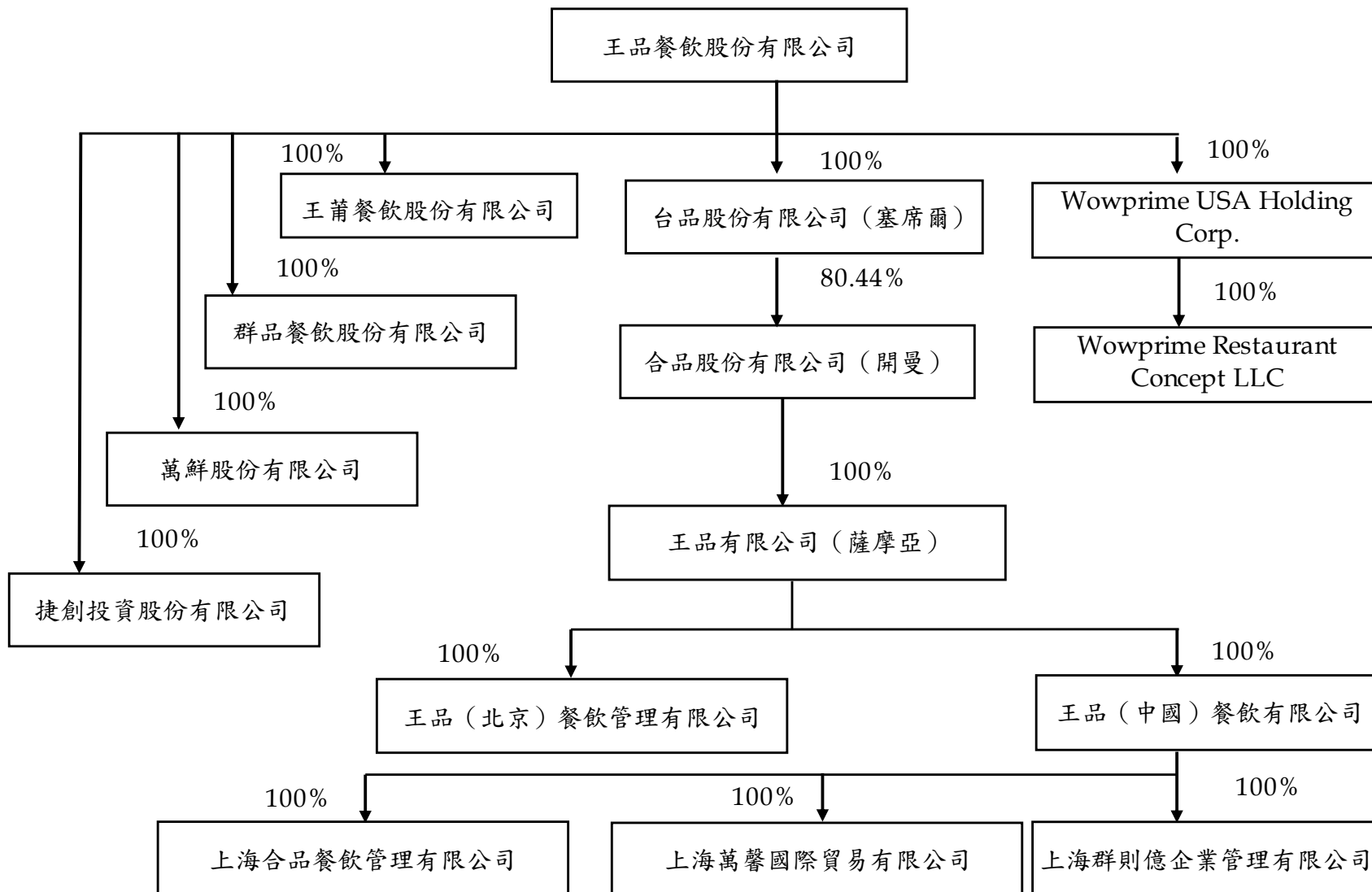
一、公司簡介

截至2026.04.30止

	台灣 事業群					大陸 事業群	美國 事業群
	王品	王莆	群品	萬鮮	捷創		
設立時間 (首店開幕)	1993.11	2015.12	2017.02	2018.1	2020.05	2003.7	籌備中
資本額 (新台幣千元)	829,401	100,000	300,000	500,000	311,000	1,013,501 (RMB21,976萬)	114,650 (USD350萬)
品牌數	17	1	2	1	-	6	-
總店數	239	3	121	-	-	101	-

二、投資架構圖

截至2026.04.30止



A collage of various food dishes. In the top left, there are two small white ceramic cups on a wooden tray. Next to them is a round white plate with a slice of cheesecake and a small garnish. Below that is a rectangular white plate with a breaded and fried item. In the center, a dark grey plate features several pieces of braised meat, a small broccoli floret, and some potato chips. To the right, there's a bowl of soup with a yellow lid and a glass of red juice with fruit. Another plate with a salad and fruit is partially visible on the far right.

貳、產業概況

一、台灣產業之現況與發展(1)

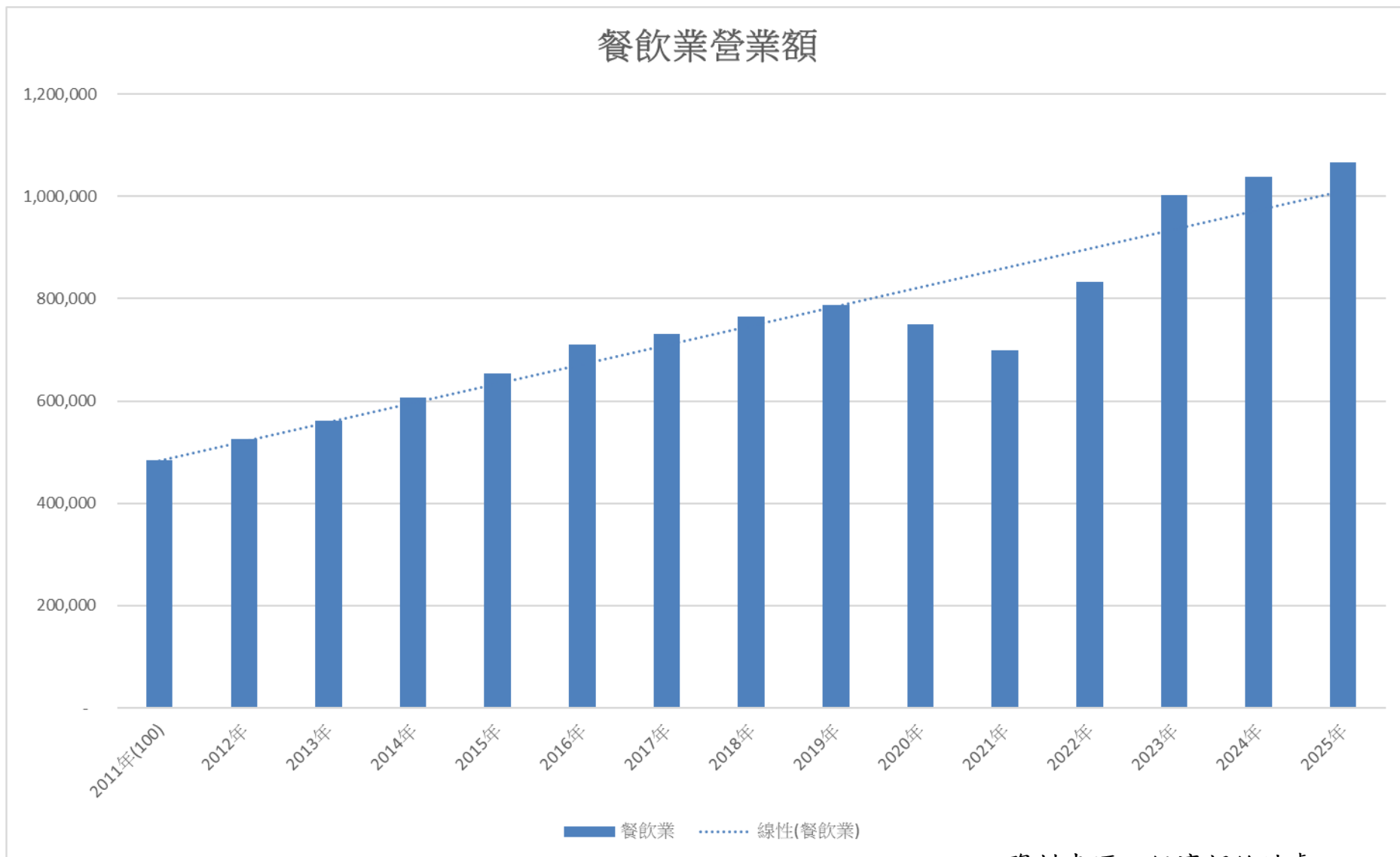
根據主計處公布的家庭收支調查報告顯示，餐廳及旅館支出占家庭消費總支出由民國101年10.6%升至民國113年13.7%，顯示外食需求逐年提高；114年餐飲業全年營業額為1兆674億元，更是創下歷年新高，年增2.8%。

疫情後，外送平台蓬勃發展，帶動線上點餐及外送市場的崛起，餐飲業者順應局勢線上與實體消費同步進行，以多元的經營方式擴大服務範圍。佐以科技，結合會員與行動支付，從預約訂位、線上點餐與結帳，種種方式提升消費者黏著度，帶來業績的增長。

西元年份	民間消費實質成長率(%)	經濟成長率GDP(%)	餐飲業總額(百萬元)
2012	1.92	2.22	525,814
2013	2.55	2.48	560,946
2014	3.7	4.72	606,643
2015	2.86	1.47	653,809
2016	2.64	2.17	710,901
2017	3.01	3.66	731,697
2018	2.28	2.91	764,173
2019	2.47	3.06	787,420
2020	-2.43	3.42	749,981
2021	-0.06	6.72	698,839
2022	4.02	2.68	832,202
2023	7.95	1.08	1,001,921
2024	3.2	5.27	1,037,770
2025	1.46	8.68	1,067,424

資料來源：行政院主計處、經濟部統計處

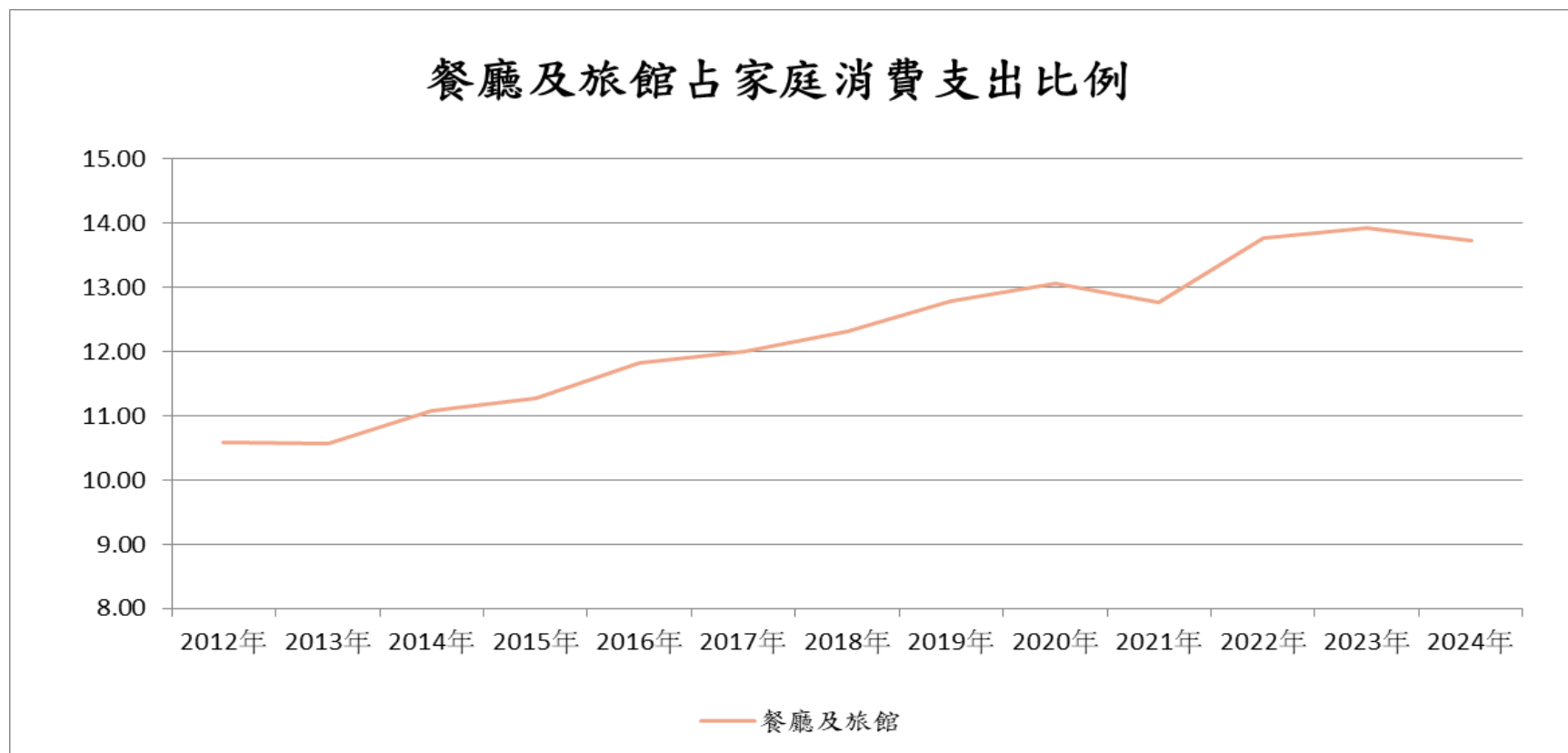
一、台灣產業之現況與發展(2)



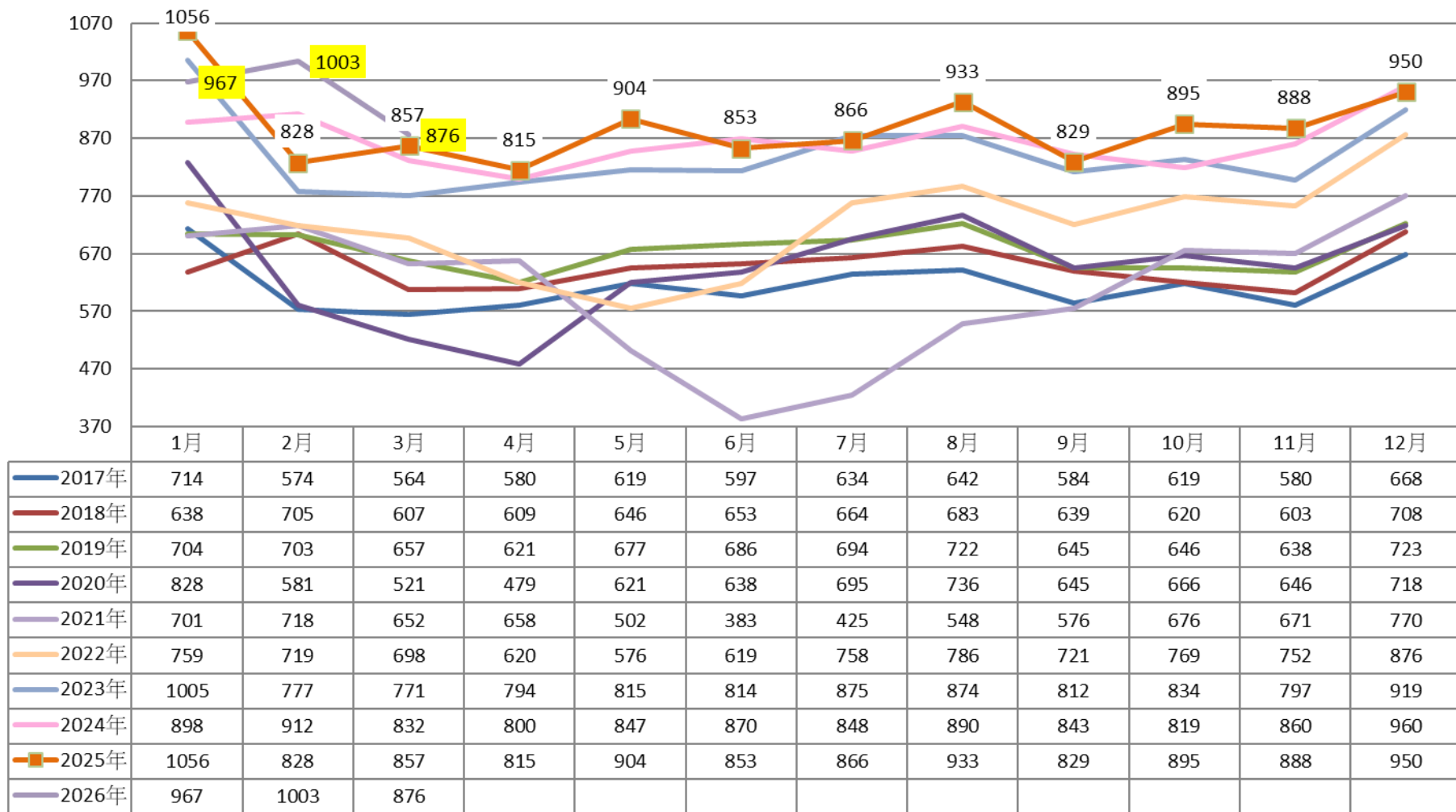
資料來源：經濟部統計處

一、台灣產業之現況與發展(3)

餐飲業的需求決定因素，包括經濟環境、社會型態的轉變、人口成長以及婚宴喜慶季節等。近年來，雖受新冠疫情影響，台灣經濟仍持續成長、單身新貴及婦女就業人口的增加、小家庭的主流發展、宅經濟的發展，尤其是外送平台的興起，使得外食需求仍為增加。此可由行政院主計處調查餐廳及旅館占家庭消費支出比例逐年提升增長趨勢得知。



二、台灣餐飲業年度營業額趨勢圖 單位:新台幣億元



2026/03 vs 2026/02 ▼ 12.7%
 2026/03 vs 2025/03 ▲ 2.2%
 2025YTD vs 2024YTD ▲ 2.8%

三、產業上、中、下游之關聯性



A close-up photograph of a chef's hands in a white uniform, using a large silver knife and a silver fork to cut a piece of roasted meat. The meat is golden-brown and sits on a dark, reflective surface. The background is blurred, focusing attention on the food and the chef's hands.

參、營運概況

一、台灣事業群



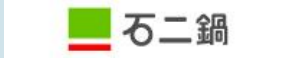
(一)台灣各品牌店數彙總

2026.04.30,共363間

品牌	王品	西堤	陶板屋	原燒	聚
LOGO					
成立時間	1993年	2001年	2002年	2004年	2004年
菜色定位	一頭牛僅供6客 台灣經典且鮮 嫩全熟牛排	高CV值的西式 牛排套餐	和風洋食首選 餐廳	多款肉品及份 量充足的燒肉 套餐，並透過 沾醬、漬物創 造百變吃法的 日式燒肉	以日式湯鍋為 媒介，創造有 品質的相聚， 讓關係更緊密
目前店數	11	37	34	12	31

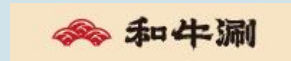
(一)台灣各品牌店數彙總

2026.04.30,共363間

品牌	藝奇	夏慕尼	品田牧場	石二鍋	莆田
LOGO					
成立時間	2005年	2005年	2007年	2009年	2015年
菜色定位	以和牛岩板燒為招牌,充滿溫度的綜合日料	法式鐵板燒結合法式料理手法以及高級食材之運用	日式豬排	提供全方位新鮮體驗的套餐型個人鍋物	堅持好食材,傳承莆田20餘年的料理精隨呈現道道精彩的手藝功夫菜
目前店數	9	15	22	97	3

(一)台灣各品牌店數彙總

2026.04.30,共363間

品牌	青花驕	12MINI	享鴨	丰禾	和牛涮
LOGO					
成立時間	2018年	2018年	2018年	2019年	2020年
菜色定位	多人共享的單點式麻辣火鍋	提供經典濃郁湯頭與自由多元組合的個人即食小火鍋	專注於烤鴨的現代中華料理餐廳，兩個人就能輕鬆享用桌邊片皮烤鴨秀和一桌好菜。	經典台式食材翻玩全新風味，不論大聚小聚，都能大口吃進你要的酸辣香甜。	和牛火鍋吃到飽，主打「老饕級和牛三吃」、和牛炙燒壽司、極上和牛涮煮、極上和牛黑咖哩
目前店數	15	24	9	3	17

(一)台灣各品牌店數彙總

2026.04.30,共363間

品牌	肉次方	尅鍋	阪前	就饗	金咕
LOGO					
成立時間	2021年	2021年	2022年	2023年	2023年
菜色定位	主打桌邊現切牛排，百吃不膩的日式燒肉吃到飽	1炒2湯3涮料肉好湯濃爽好爆三餐四季隨時來尅的台式個人鍋	高檔日澳和牛及精選時令海鮮，搭配鐵板煎、燒、炙、悶多樣技法與精湛功底，打造出一場豐厚多彩的美食饗宴	海陸雙享多樣多味的鐵板燒	主打桌邊專人代烤原塊國產豬五花，呈現畫面感十足的三種驚奇吃法；提供無限續的豐富小菜、巷弄美味韓食，餐點選用韓國的醬汁，呈現道地風味。
目前店數	11	1	6	5	1

(二) 台灣各品類發展

精緻餐飲



泛中餐



鐵板燒



燒肉餐飲



鍋類

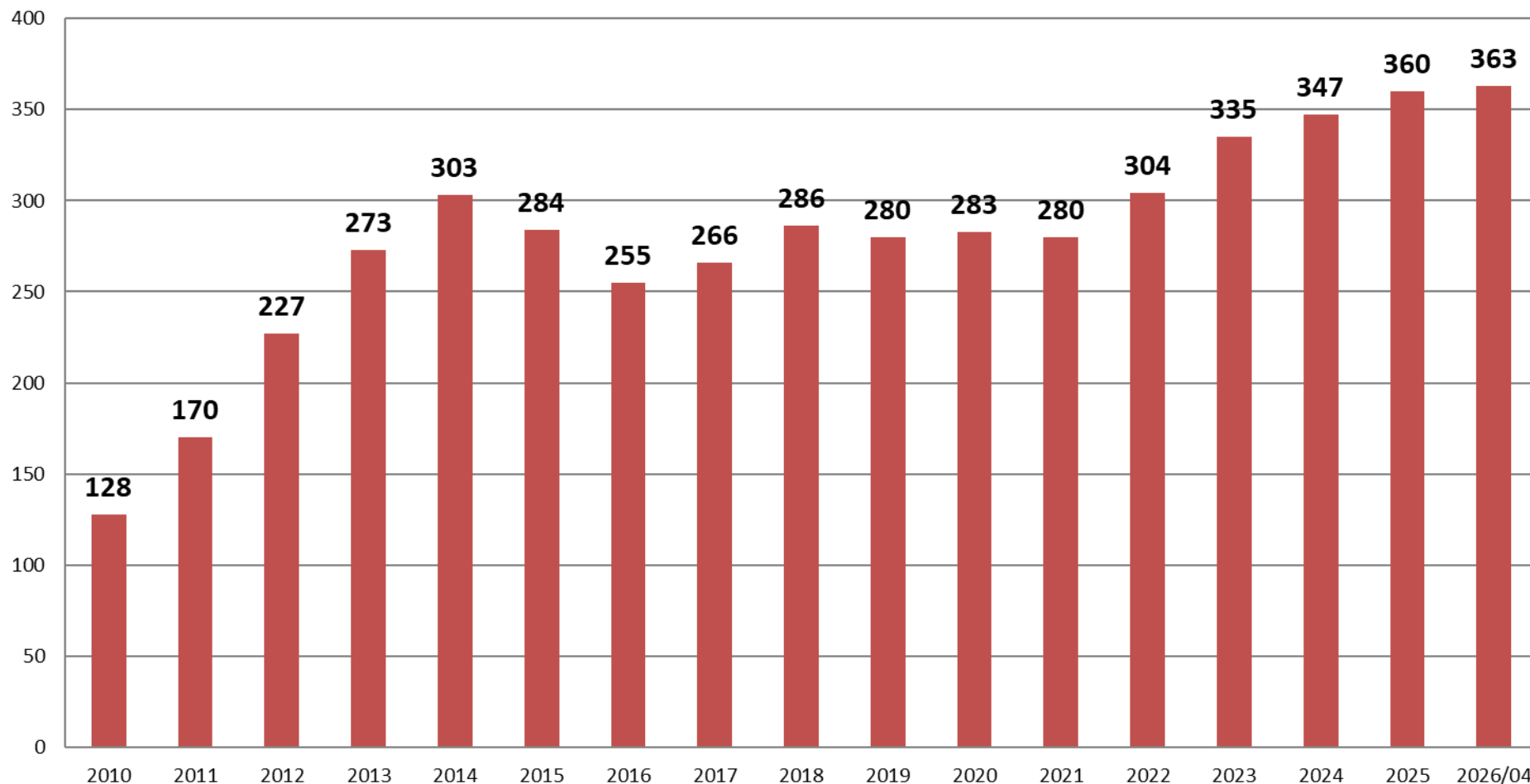


快食尚



(三) 台灣店數概況

台灣店數



二、大陸事業群



(一)大陸各品牌店數彙總

2026.04.30 ,共101間

品牌	王品	西堤	和牛涮
LOGO			
成立時間	2003年	2005年	2021年
品牌定位	臺塑牛排：一頭牛僅供六客，獨具南法風味的全熟牛排	以牛排為特色的地中海風情西餐廳	以和牛為主打的精品鍋物自助
目前店數	47	40	1

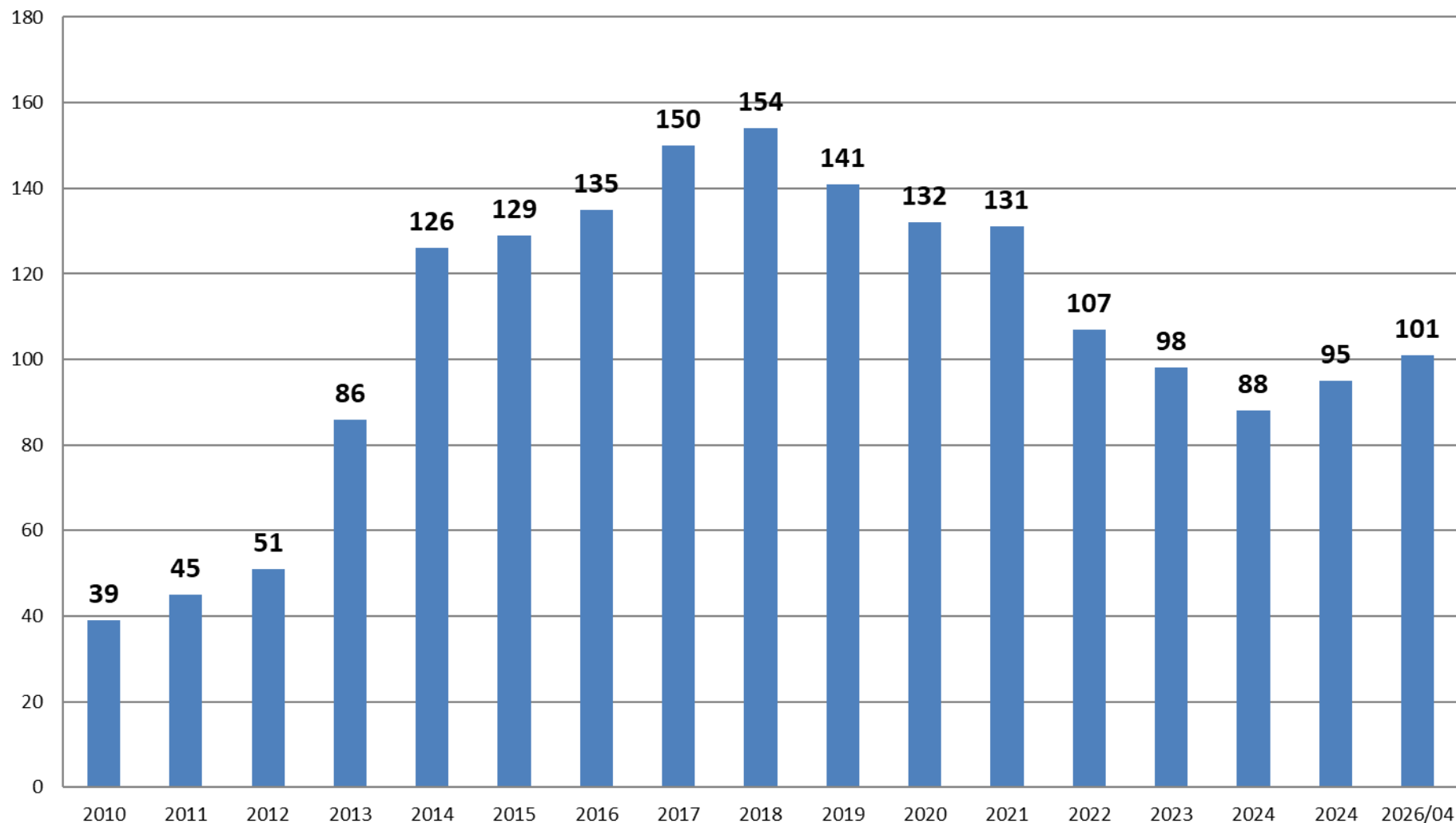
(一)大陸各品牌店數彙總

2026.04.30 ,共101間

品牌	AMIGO	THE WANG	云彩坡
LOGO			
成立時間	2021年	2022年	2024年
品牌定位	提供日常創新靈感美食體驗的全時段休閒西餐	“Top of Steak” 以高端特色食材為主的頂級牛排餐廳	主打油焖鸡的雲南風味餐廳
目前店數	5	1	7

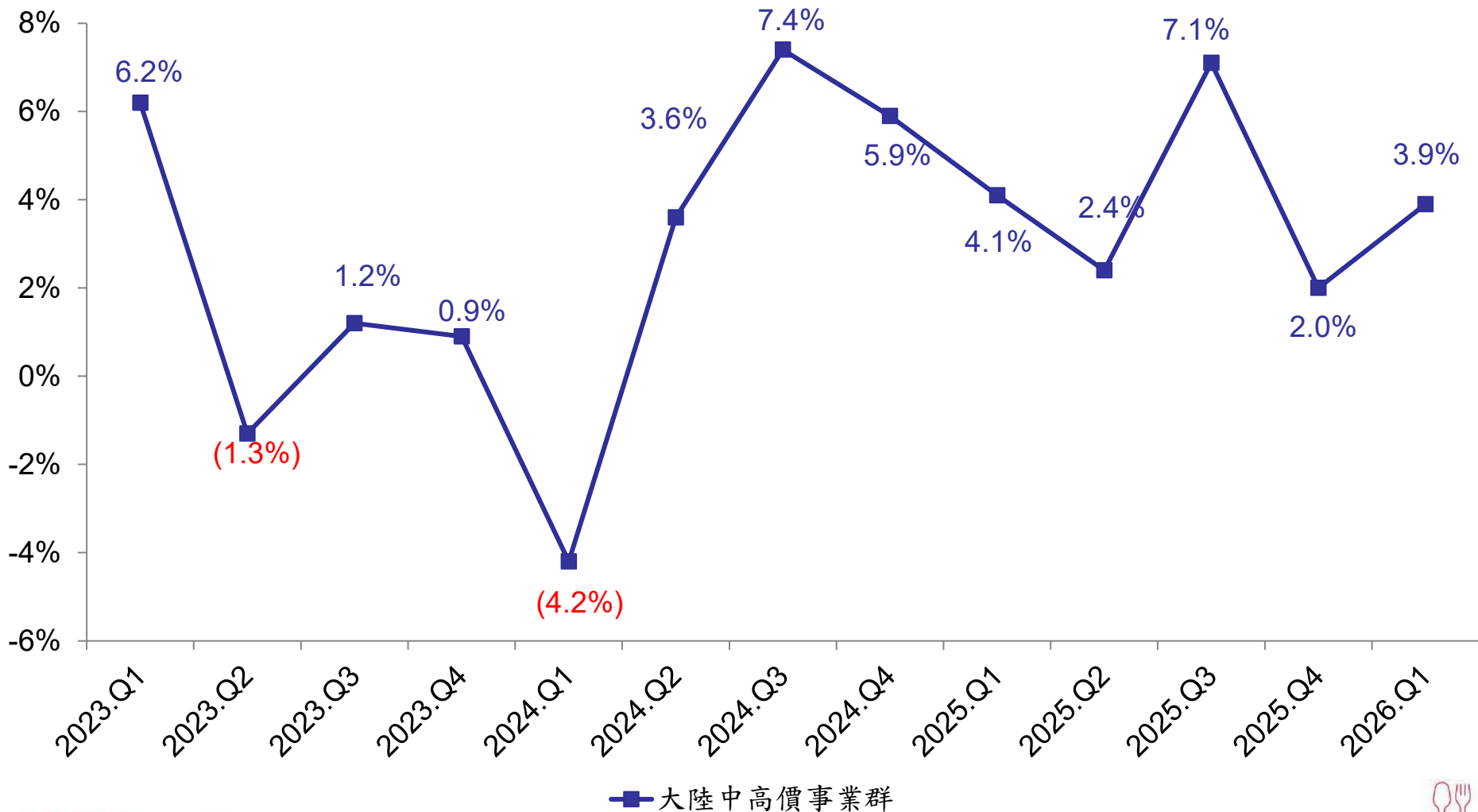
(二)大陸店數概況

大陸店數



(三)大陸中高價事業群 季度營業淨利率

大陸中高價事業群



(四)大陸近兩年策略調整簡述

王品牛排策略(2025-2026)：

聚焦產品升級
全新升級顧客體驗



2025產品換新與背書

- 1月：套餐升級(單人 398/雙人 888)，導入桌邊秀表演
- 7月：聯手杜拜帆船酒店三位米其林主廚推出聯名套餐，，四城聯動。強化品牌力與市場地位
- 11月：首創「奶油&咖啡雙料熟成戰斧牛排」(售價599元)，建構差異化高價值。

2026服務體驗再升級

- 產品持續優化
- 優化顧客體驗流程，導入VIP 顧客服務機制，強化高端會員經營。
- 建立服務人員星級制度，強化桌邊極致體驗。

2026環境旗艦煥新

- 7月：北京隆福寺店全新升級正式落地。

效益：帶動2025年同店來客數成長+5%

(四)大陸近兩年策略調整簡述

西堤牛排策略(2025-2026)： 聚焦家庭客，釋放規模擴張潛力

價值創造

產品升級：一王一后招牌



單人厚牛排V.S. 多人分享
T骨牛排(千元品質)

環境升級：

復古小鎮風+開放式廚房

展示燒烤過程，
提升新鮮與安心感。



強勁反彈！白玉蘭店OBR調整型態，
於2026年1-2月創下營收年增43%

渠道與規模擴張

門市複製

成功將復古小鎮模式複製至36家門市，並同步探索年輕化新店型。

通路布局

深化與華潤、百聯及 IKEA 集團合作，積極拓展中國新興城市優質商場。

互動IP

推出原創角色 IP「Lucas」與「Bruno」周邊企劃，強化家庭客群互動與品牌認同。

(四)大陸近兩年策略調整簡述

雙軌增長引擎：價值極大化V.S. 規模擴張力的策略互補

	王品牛排	西堤牛排
目標客群	追求儀式感與極致體驗的高端客群	尋求高性價比聚餐的千萬家庭與年輕人
產品核心	稀缺食材(雙料熟成戰斧)+米其林光環	一王一后(單人厚牛/多人T骨)滿足多場景
空間體驗	私密感、全新高端旗艦型態	開放式廚房、復古小鎮風、高互動性
服務模式	星級服務生、超級接待員深度營運	導入原創角色IP提升家庭友善互動
增長任務	拉升客單價與品牌溢價	快速模組化複製與二、三線商場滲透

(四)大陸近兩年策略調整簡述

雲彩坡策略(2026)： 營運效率極大化

導入供應鏈整合

央廚接手醬料類處理，
簡化門市備料流程。

廚務精簡

終端廚房工時減少，
縮小新門市廚房面積。

門市端優化

優化排班制度，人力
資源集中前營運與提
升座位周轉率。

商模全國連鎖競爭力驗證

在上海市場深耕基礎上，預計下半年在江蘇、浙江一、二線城市展店。
此「提升門市坪效、低後勤依賴」商模若驗證成功，將成為未來降低營業費用之核心武器。

(四)大陸近兩年策略調整簡述

策略總結與投資亮點：啟動獲利擴張週期

產品高價值化

(提升客單價)



提升門市坪效

(極簡後廚/模組化快速
展店)



集團獲利能力
的長期擴張

1. 穩健的現金流

擁有101家門市與涵蓋全價位的品牌矩陣，2024年Q1築底後已展現強勁的獲利修復能力。

2. 雙核同店銷售增長

王品的高端化升級帶客流+5%；西堤店型改造已於初期驗證營收年增+43%的爆發力

3. 利潤率優化空間

與商場合作降低展店門檻，利用央廚標準化降低門市人力成本，長期營運槓桿效益可期。

三、集團行銷及數位推進

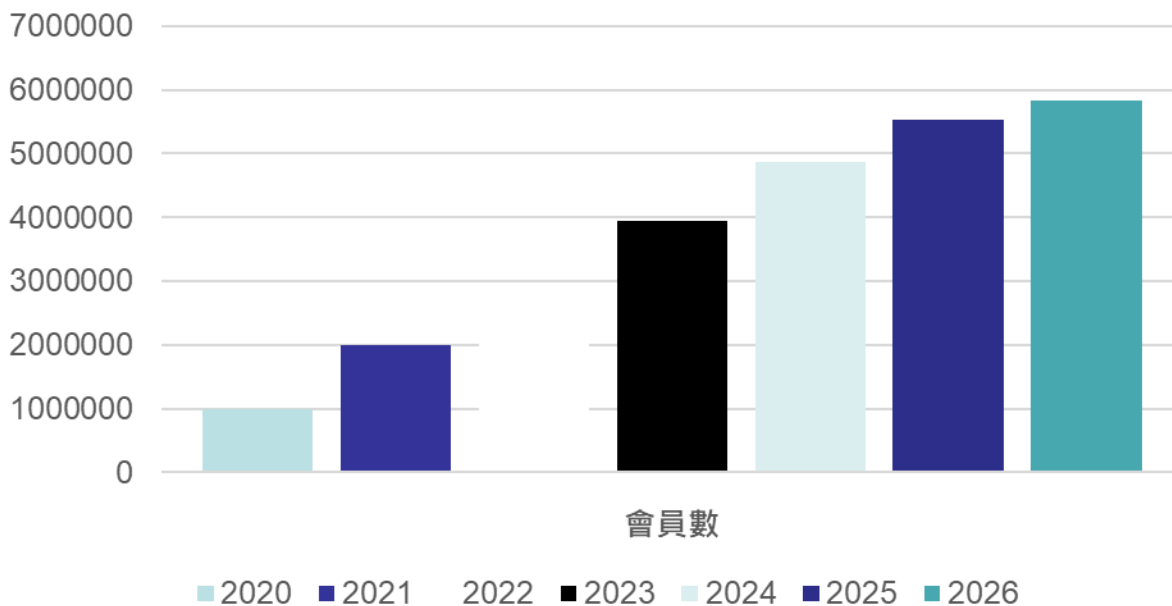


30

王品瘋美食 會員人數 583萬

統計期間：

2020/02/01~2026/04/30



四、萬鮮公司零售商品



國內自營通路

4 大超商系統

3 大超市系統

2 (經銷商)
大外送平台

4 大量販系統

3 大網購平台

品牌與產品



通路聯名合作

7-11x石二鍋



名鍋盛典 人氣鍋料

7-ELEVEN 獨家聯名上市



全家x青花驕



新增-常溫速食麵/冷藏飲品/ 常溫飲品



2026新品
好市多專賣

冷凍有料鍋底



2026新品

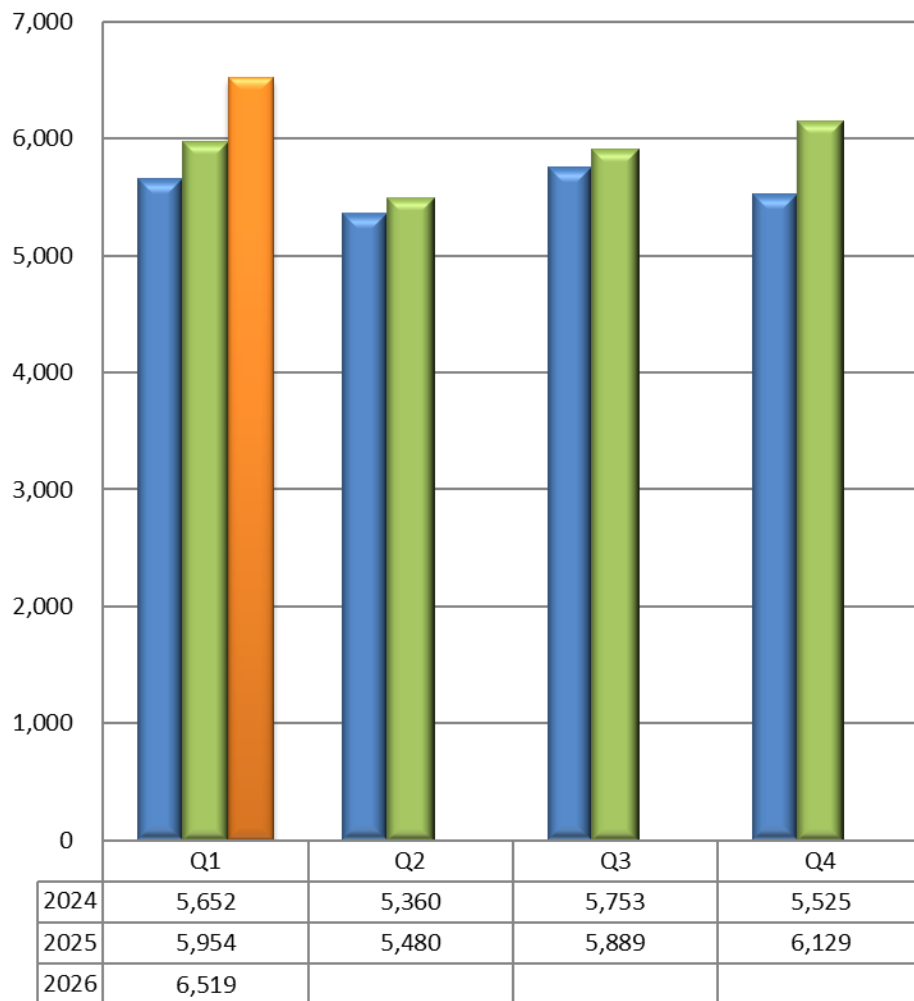
肆、財務概況

一、集團營業額概況

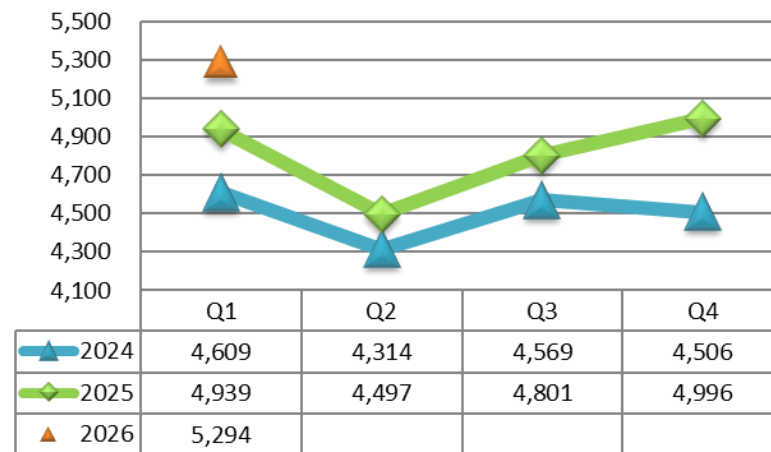
單位:新台幣百萬元
來源:財報數

季度營業額_集團

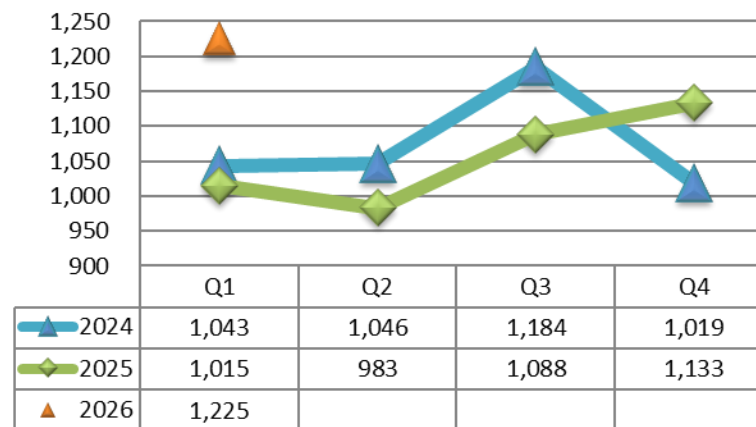
■ 2024 ■ 2025 ■ 2026



季度營業額_台灣



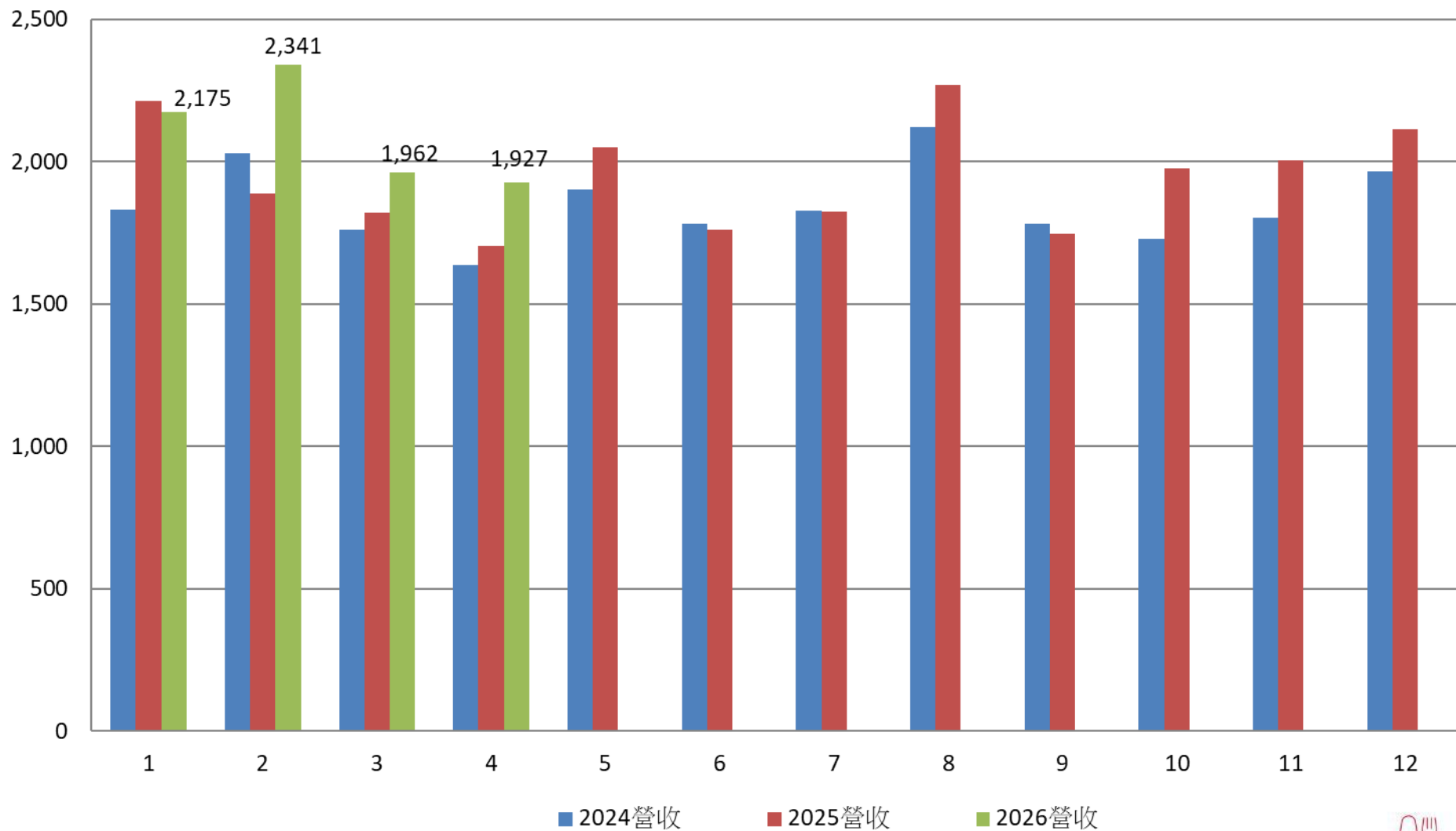
季度營業額_大陸



一、集團營業額概況

單位:新台幣百萬元

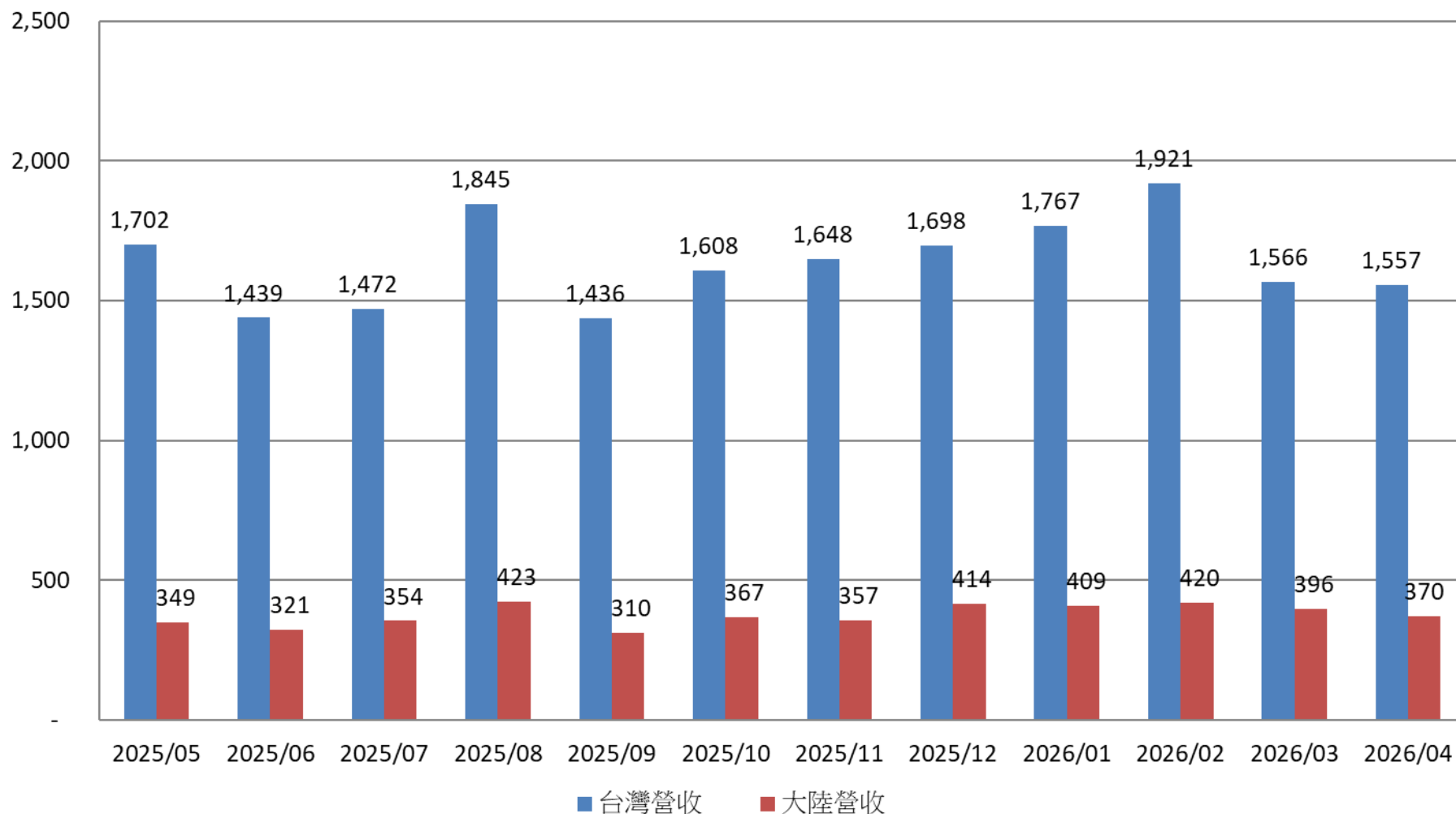
合併營業額



一、集團營業額概況

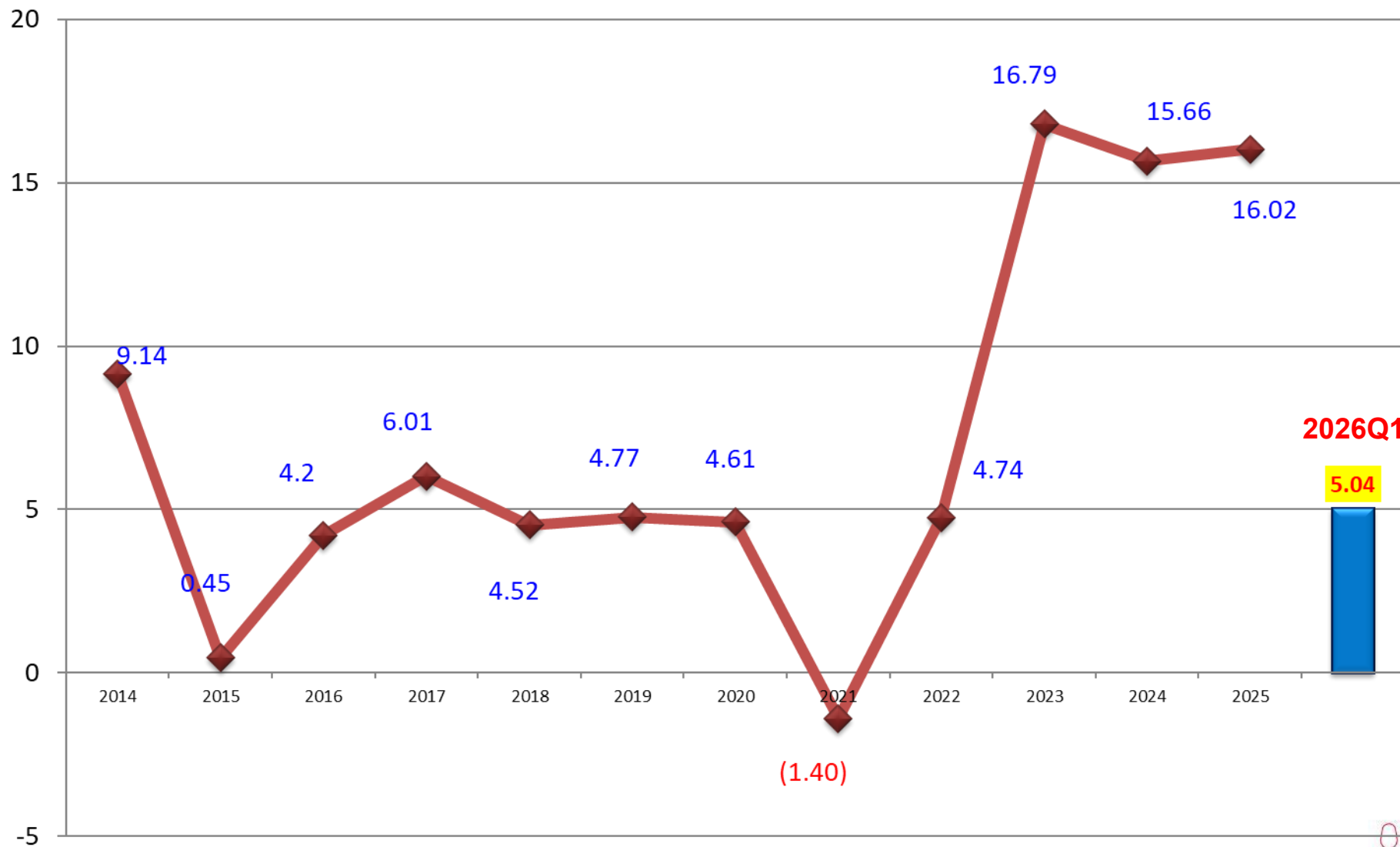
單位:新台幣百萬元

台灣及大陸近一年營收



二、EPS概況

單位:新台幣元



五、核心價值



關鍵護城河

三大核心優勢，構築長期競爭力與投資價值

 **品牌矩陣擴張**
透過多品牌策略，掌握不同客群
提升市場佔有率與成長動能



 **會員生態經營**
深化會員經營與數據洞察
強化顧客關係與營收韌性



 **供應鏈整合與優化**
垂直整合供應鏈資源
提升營運效率與議價能力

A close-up photograph of a chef's hands carving a whole roasted duck. The duck is placed on a white oval platter and has a golden-brown, crispy skin. The chef is using a sharp metal carving knife. In the foreground, there are blurred plates containing sliced duck meat, green onions, and a small dish with a yellow condiment. The background is a solid red wall.

六、未來展望

多品牌發展策略

價格

多品牌發展



垂直整合

- 技術
- 採購
- 市場熟悉

品
類



橫向整合

- 同價位客層
- 消費習慣相似
- 一魚多吃



THANK YOU

一起吃飯，就是最好的事

王品集團wowprime