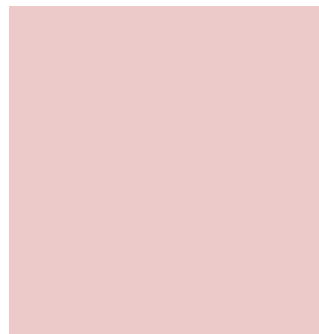




三商餐飲
Mercuries F&B Co.,Ltd



公司簡稱:三商餐飲
股票代號:7705

免責聲明

- 本簡報所提供之資訊，包括但不限於部分前瞻性陳述或預測性資訊，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所預測之資訊，具有風險及不確定性，投資人應審慎評估。所有資訊內容不代表任何形式之推介、要約、承諾、勸誘或保證，亦不應被解讀為投資建議。本公司聲明對於投資人依本簡報所提供資訊進行任何投資行為所產生之風險與盈虧，不負任何責任。
- 本公司未來實際營運結果可能與前述資訊有所差異。其原因包括但不限於市場需求、價格波動、國際情勢、競爭態勢、各種政策法令與金融經濟現況之改變，以及其他本公司無法掌控之風險等因素。本公司不因實際發生之事件或狀況而負有主動更新或修訂該等預測性資訊之責任。
- 本簡報所提供之資訊，係反應本公司截至目前為止對於未來之看法，並未表達或保證其具有正確性、即時性、完整性或可靠性。對於該些看法，未來若有變更或調整時，本公司並不負有更新或修正之責任。

Contents

公司簡介

Introduction to MFB

市場概況

Market Profile

經營績效

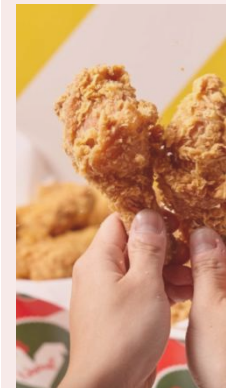
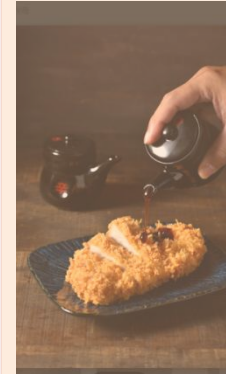
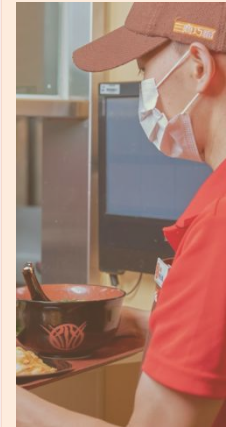
Financial Information

競爭優勢

Competitive Advantage

未來展望

Future strategies



公司簡介

公司簡介
公司沿革
集團架構與經營版圖
品牌介紹

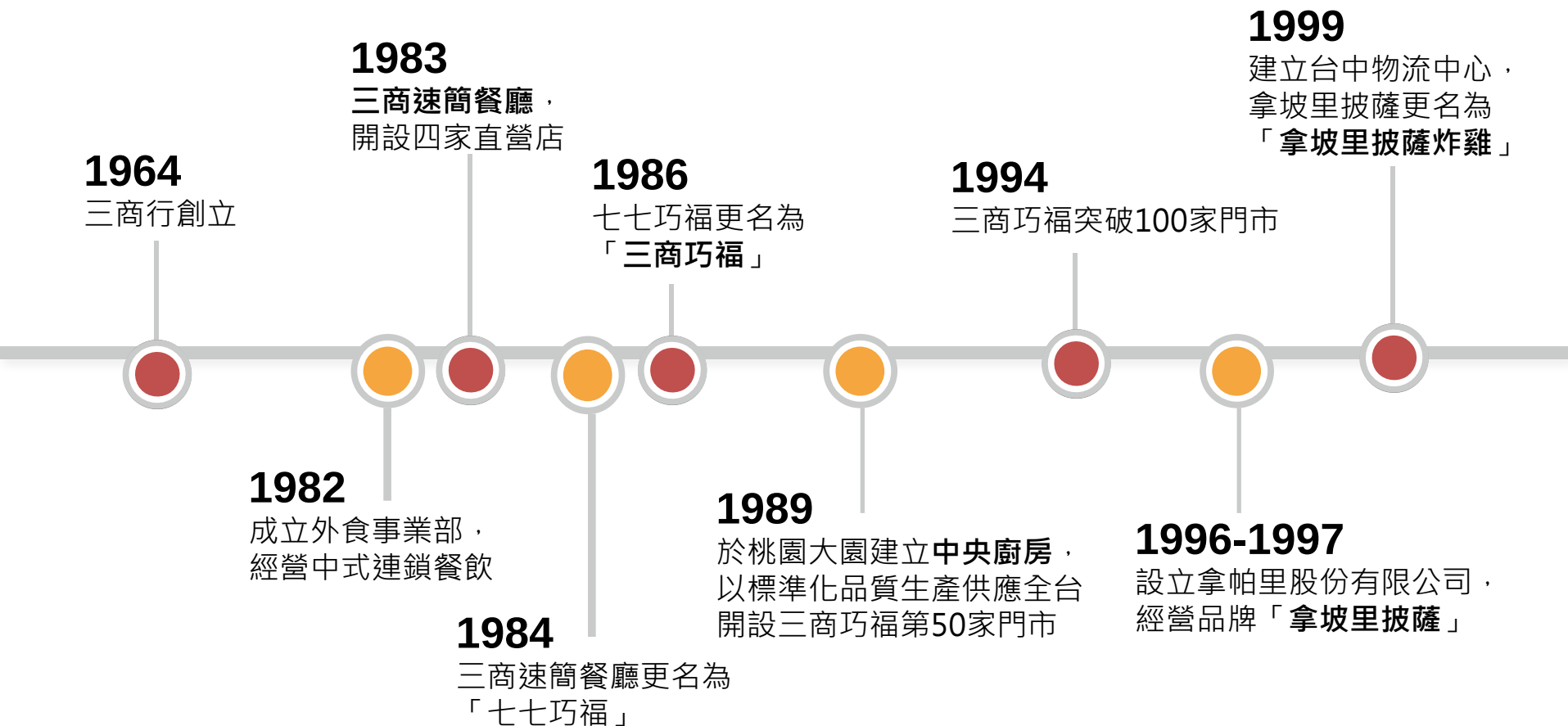


公司簡介

- 設立時間：1996.12.07(2019.1.1合併三商行外食事業部)
- 實收資本額：6.04億元
- 員工人數：超過 5,300人(含計時人員)
- 董事長/總經理：陳翔玢
- 董事：7席(含獨立董事4席)

1		巧福為全台最大的牛肉麵連鎖店
11		旗下共有11大品牌集團
>400		超過400家直營店
>24,000,000		超過2,400萬 來店消費人次
>5,700,000,000		集團營收超過57億元

公司里程碑





三商餐飲

Mercuries F&B Co.,Ltd

公司里程碑

2006
成立「福勝亭」
日式豬排專賣店

2012
推出「三商美食卡」
開啟跨品牌會員經營

2011
投資建造中央廚房二廠
成立「鮮五井」丼飯專賣店

2014
成立品牌「品川蘭」
日本設立「日本三商食品服務株式會社」
經營「三商巧福」台灣牛肉麵

2017
成立「BANCO」
窯烤披薩

2019
拿帕里(股)外食事業部合併並更名「三商餐飲(股)」；成立「拿坡里炸雞」、「巧福PLUS」

2020
鮮五井更名為「三商鮮五井」
設立三商餐飲顧問(股)，並成立「虎記餃子」

2023
三商巧福40週年
三商餐飲公開發行並登錄興櫃(7705)

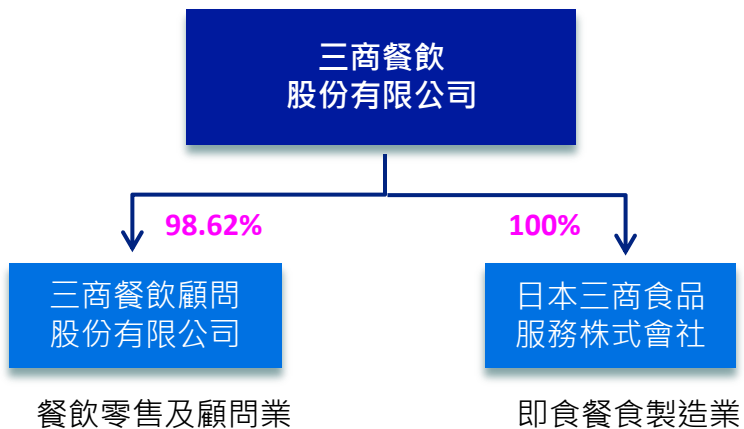
2022
創立「雲端廚房」

2024
中央廚房三廠
啟用投產

2024
「拿坡里炸雞」
更名「三商炸雞」
咖意哩實體化

集團架構與經營版圖

集團架構



全台合計店數：422店

經營版圖

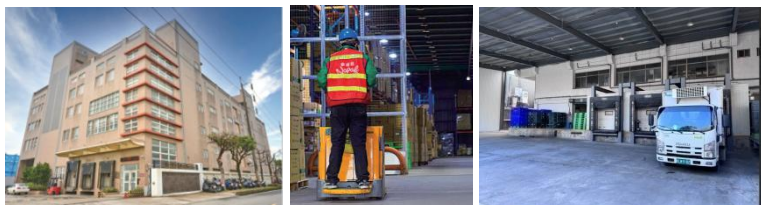
資料日期:2024.09.30



廠區與物流中心

 中央廚房 - 生產中心*2、食安中心、研發中心、(大園倉) 北區物流中心

 台中倉 - 中區物流中心
高雄倉 - 南區物流中心



日本地區-三商巧福1店

品牌介紹



三商巧福

牛肉麵

全國最大牛肉麵連鎖品牌
Since 1983 目前170家



拿坡里披薩炸雞

披薩.炸雞

歡樂美味盡在拿坡里
Since 1997 目前135家



三商炸雞

No.1炸雞

炸物專門店
Since 2019 目前12家



福勝亭

日式豬排定食

幸福幸運的日式豬排
Since 2006 目前71家



三商鮮五井

牛井、豬排井

日式井飯專賣店
Since 2011 目前20家



品川蘭

牛肉麵食 現烙斤餅

精緻麵食餐館
Since 2014 目前4家



虎記餃子

煎餃、拉麵

脆皮韭菜煎餃 日客首推
Since 2020 目前2家



BANCO

窯烤PIZZA、自製生麵

獲世界冠軍的拿坡里披薩
Since 2017 目前4家



三商巧福PLUS

燃麵、湯煲

自助點餐 數位體驗
三商巧福再升級
Since 2019 目前2家



雲端廚房

多元的餐飲品項

優化餐飲管理
Since 2022 目前1家



咖意哩

各式咖哩料理

咖哩料理專賣店
Since 2024目前1家



市場概況

餐飲營業規模
品牌數及門店數



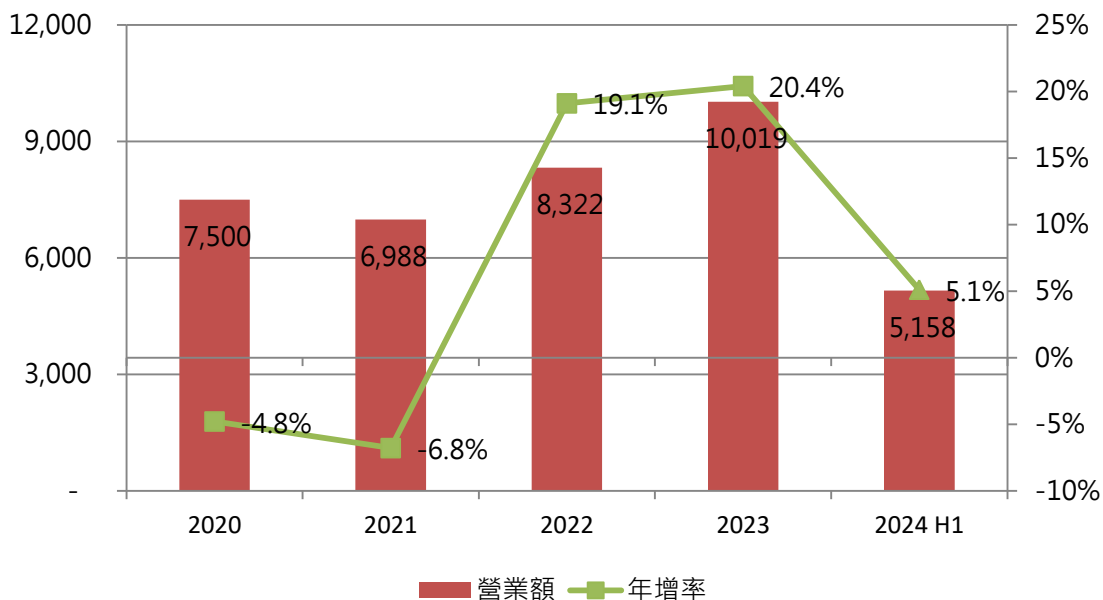
餐飲業營業規模

餐飲業自2020年起受到疫情影響，
連續2年負成長。
2022下半年起疫後餐飲業復甦力道
強勁，消費人潮回流，營業額已超越
疫情前水準，達到2位數的年增率。

年度	餐館業		餐飲業合計	
	營業額	年增率	營業額	年增率
2020	6,059	-4.6	7,500	-4.8
2021	5,584	-7.8	6,988	-6.8
2022	6,729	20.5	8,322	19.1
2023	8,152	21.2	10,019	20.4
2024 H1	4,176	4.1	5,158	5.1

(資料來源:經濟部統計處)

單位：億元

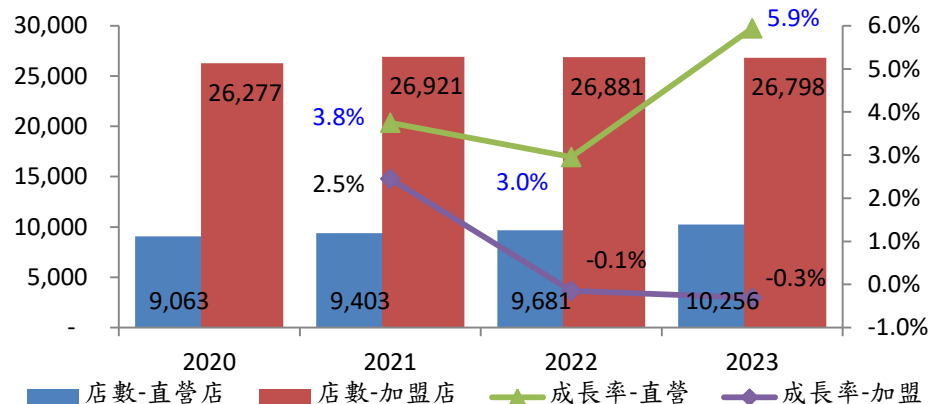
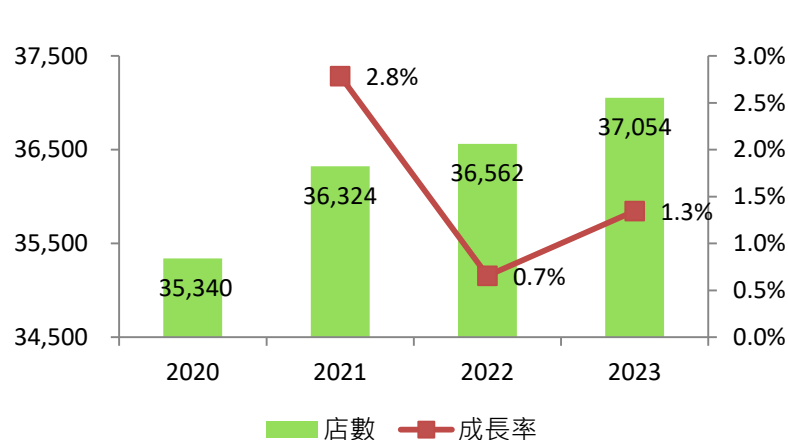


連鎖餐飲品牌數及門市數比較

餐飲連鎖業的店數呈現增加趨勢，餐飲服務業直營店占比持續上升

年度	2020			2021			2022			2023		
	品牌數	店數	平均店數	品牌數	店數	平均店數	品牌數	店數	平均店數	品牌數	店數	平均店數
餐飲服務	980	35,340	36.1	980	36,324	37.1	1,001	36,562	36.5	1,041	37,054	35.6

(資料來源:台灣連鎖暨加盟協會)

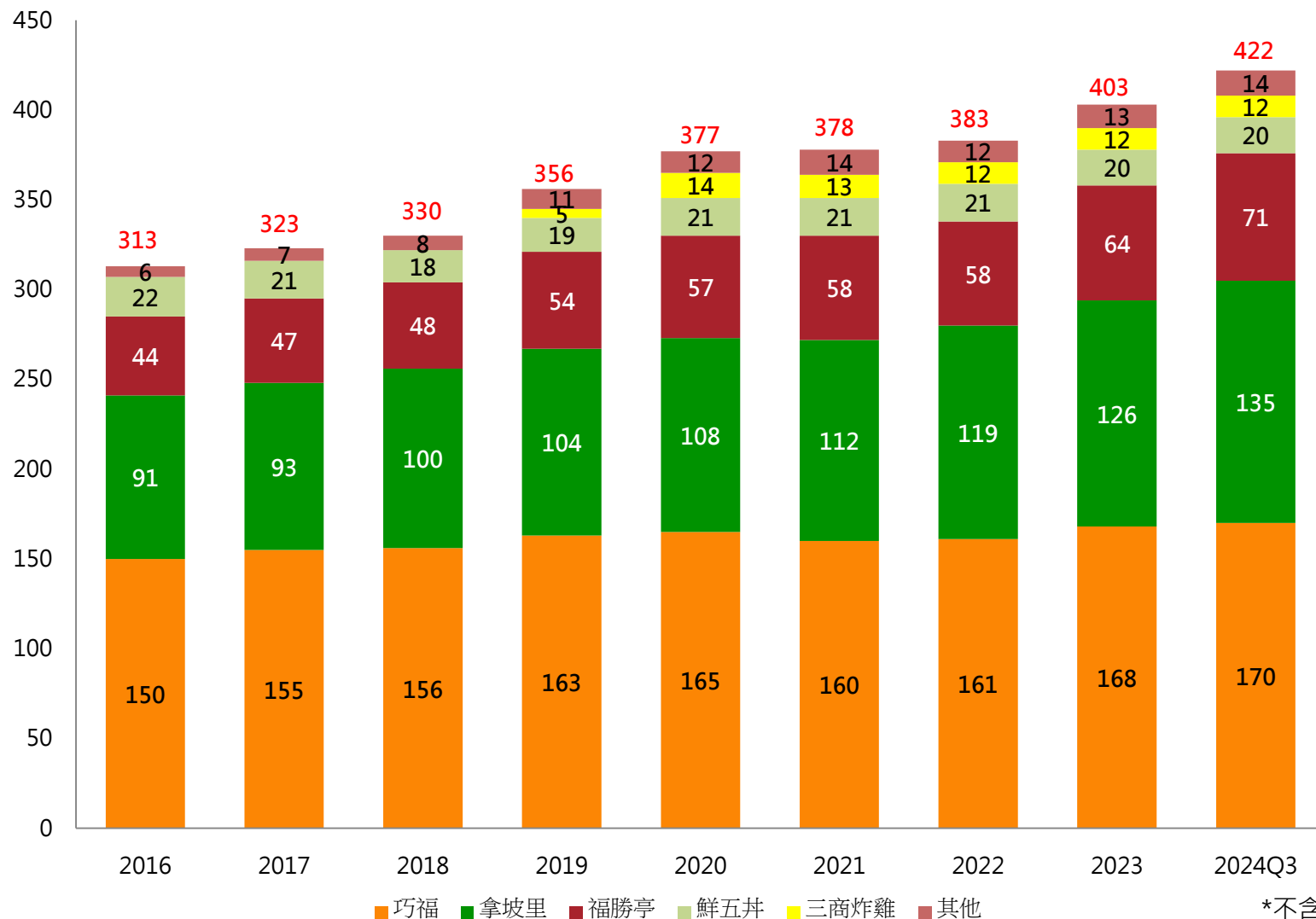


經營績效

展店目標計畫
品牌近五年營收
營業利益及毛利率

展店目標明確

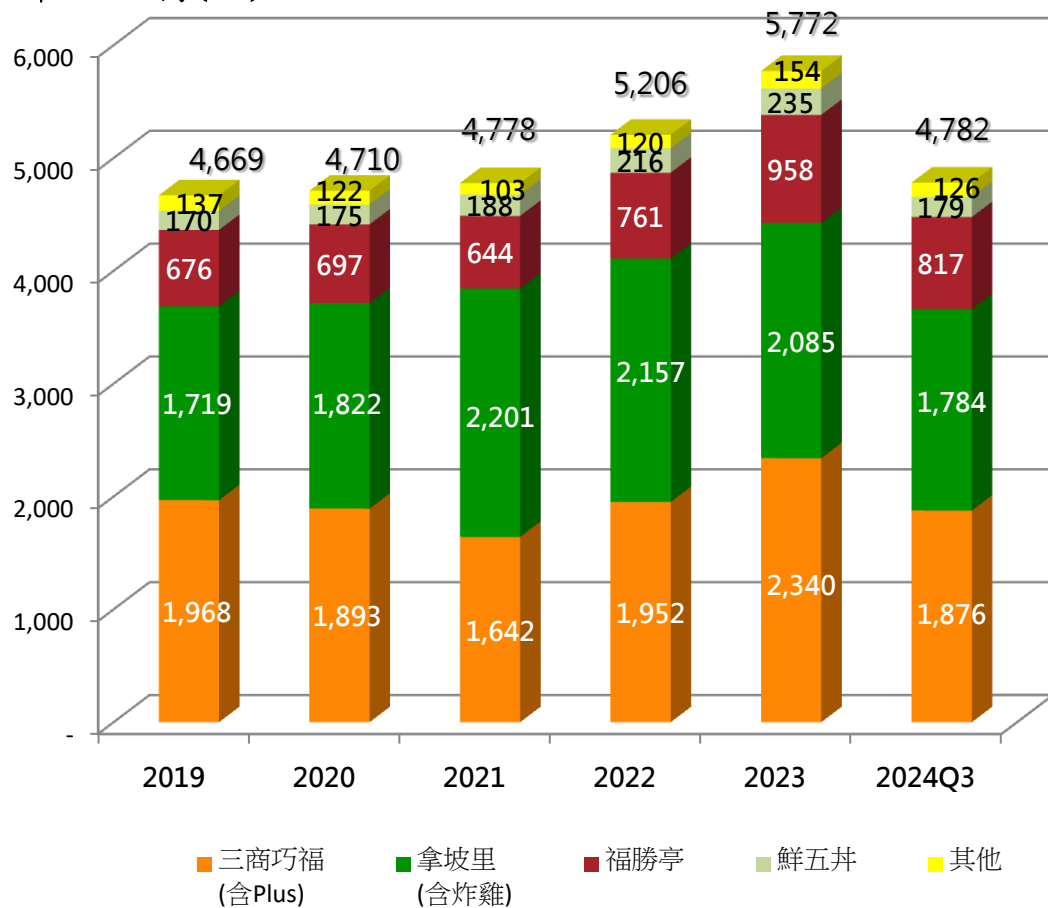
門店數



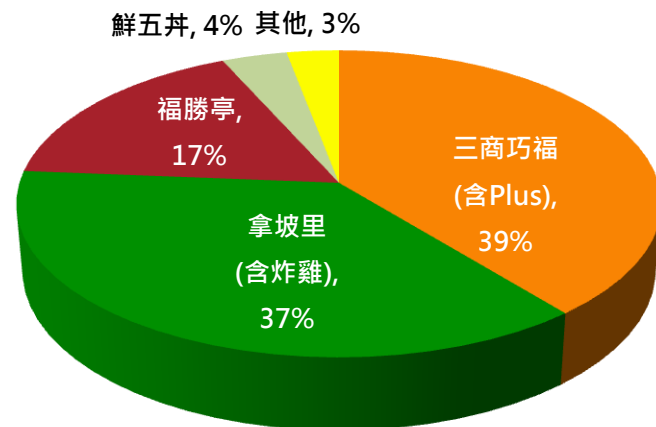
*不含海外

品牌近五年營收

單位:百萬(元)

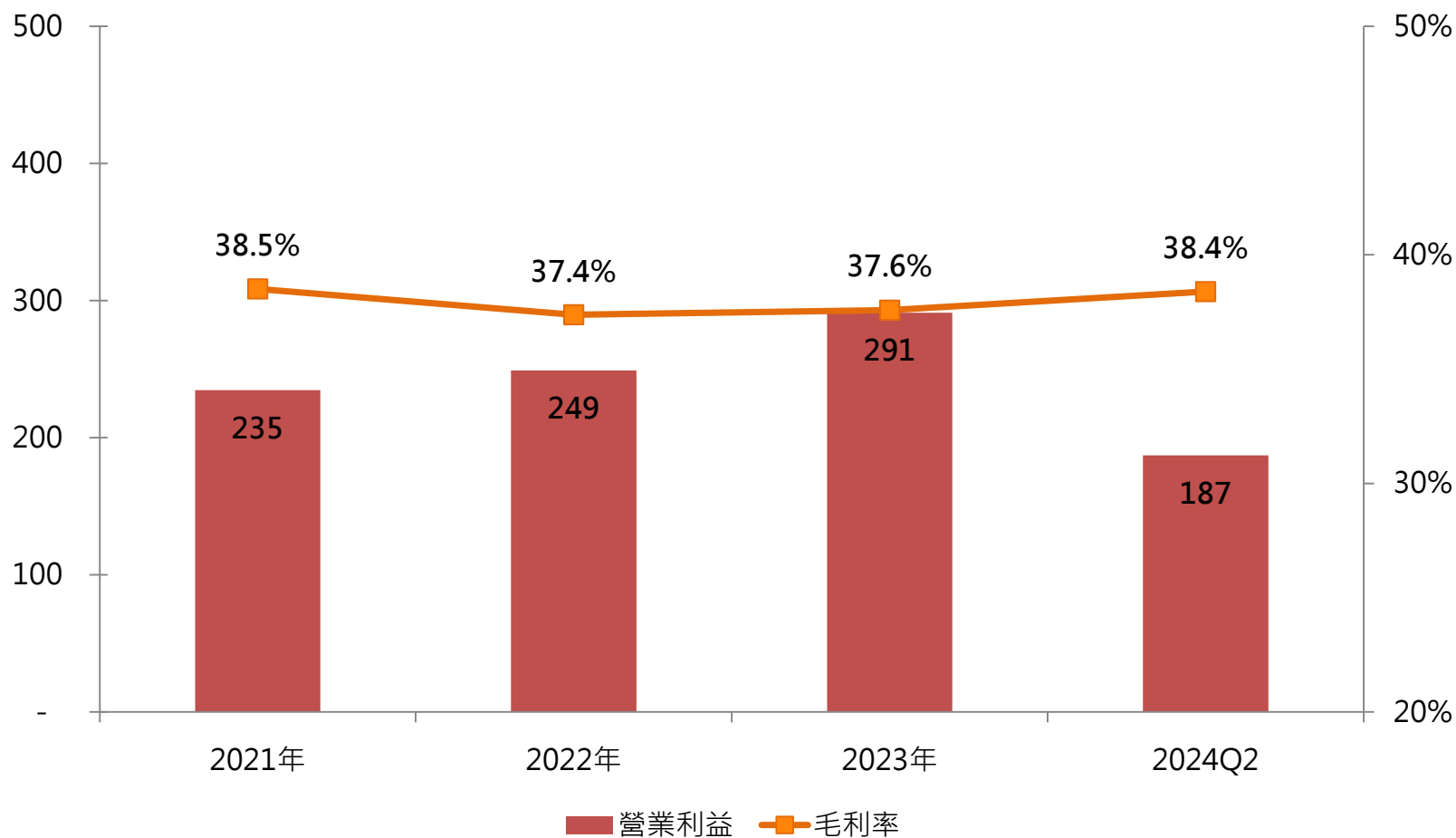


各品牌營收占比(2024截至Q3)

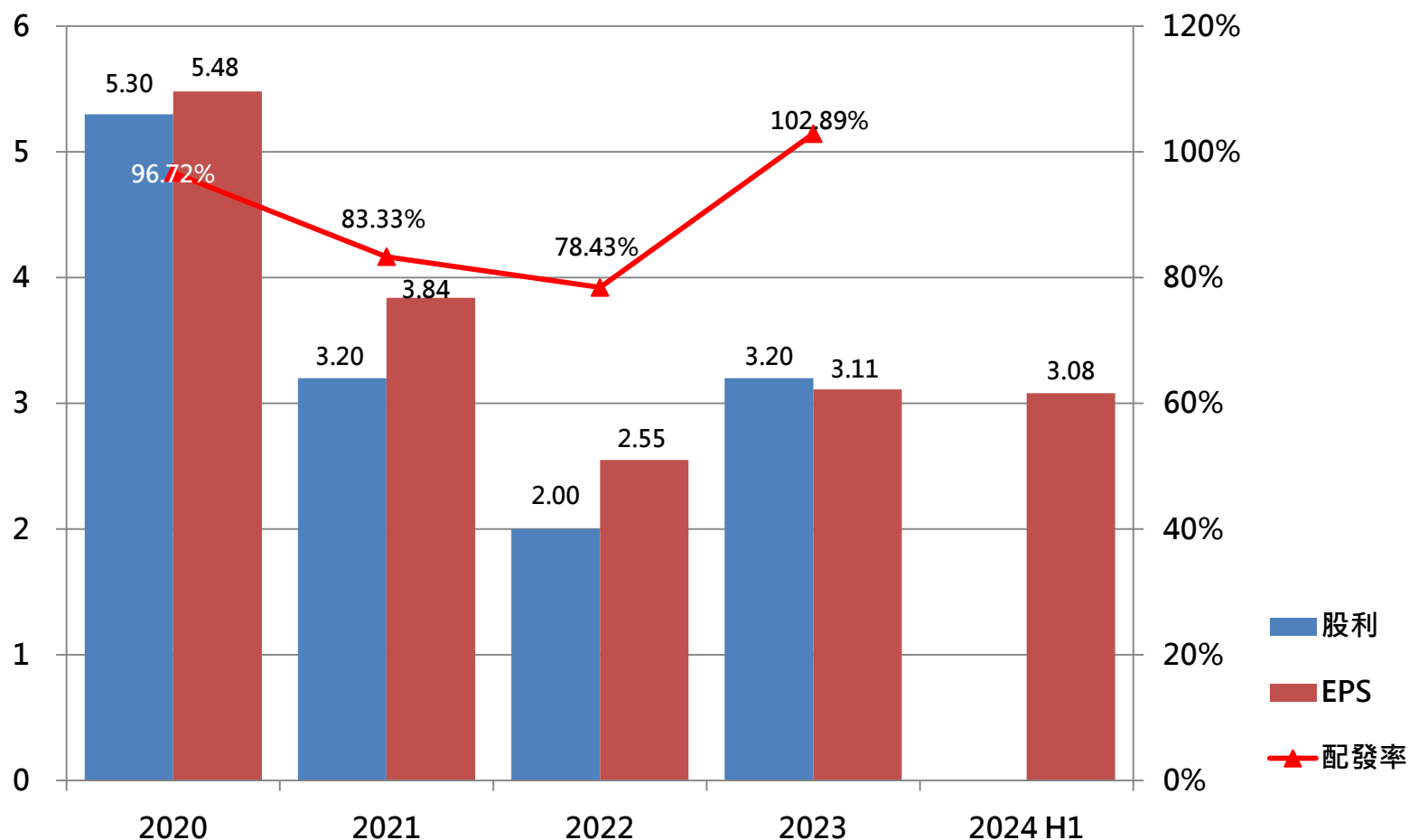


營業利益及毛利率

單位:百萬(元)



股利政策



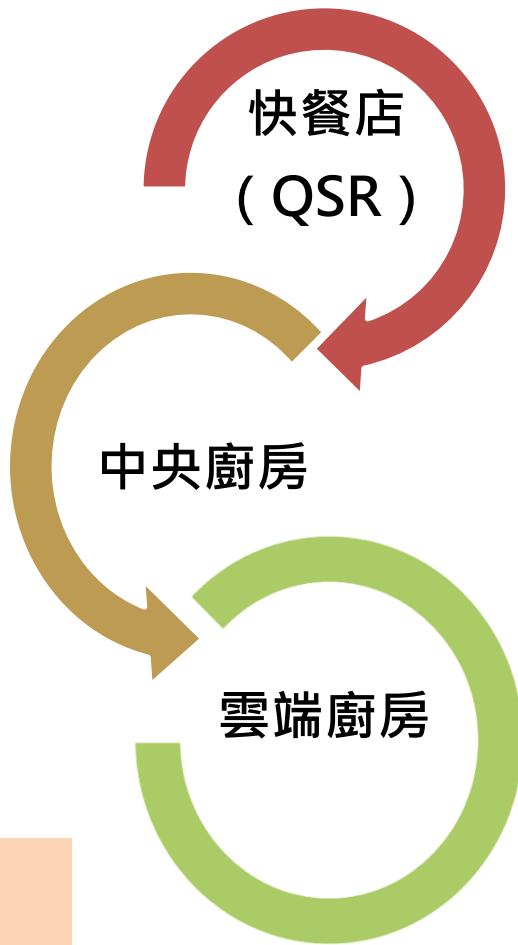
競爭優勢

全直營、多品牌、QSR
中廚三廠啟用
創新育成
會員APP & OMO自有商城

經營策略

-產品多元化、作業標準化、人員專業化

全直營、多品牌、QSR



- 街邊、賣場全直營。
- 多品牌、中西日義式餐食選擇多元。
- 出餐快速、餐點標準化。
- 中央廚房統一採購，具議價能力，
產品自製食材多樣，多元佈局分散風險。
- 「雲端廚房」擁抱餐飲新模式



中廚三廠啟用Q1陸續投產



廠房狀況

二廠生產中心約600坪，製麵區120坪，產能利用率9成以上。
中央廚房三廠約4,000坪，已完工啟用，Q1陸續投入生產。



擴廠效益

- 擴增冷藏冷凍倉儲，靈活調整採購政策，降低食材成本。
- 提高產品自製率。
- 調理包產品多樣性及產能擴充。
- 產品代工。



中央廚房產銷一條龍

HACCP及ISO.....認證



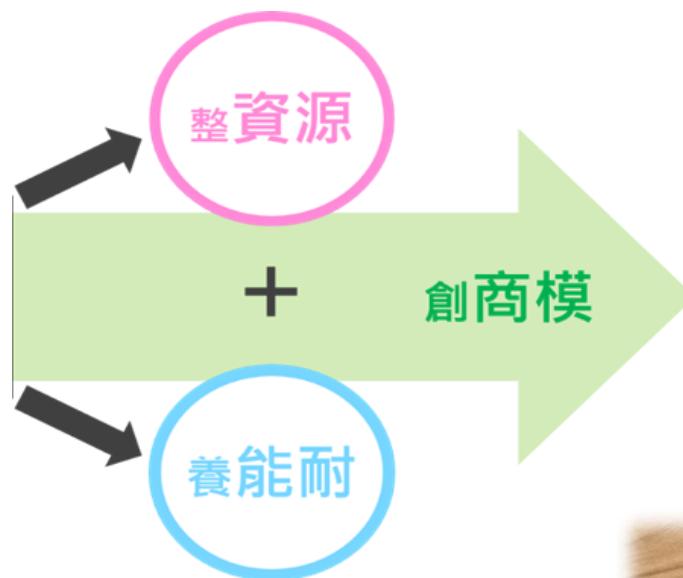
創新育成

⚡ 獲2024年補助案 – 台灣美食新創加速器

雲端廚房

Mercuries
Cloud Kitchen
三商餐飲

線上品牌 || 加速 || 實體化門市



在地食材的供應鏈合作

互補型餐飲的通路行銷加值

新產品的協同研發與通路上架

共通食材需求者的聯合採購

- 新品牌催生；外部品牌合作
- 餐飲創業加速器、創新育成
- 整合品牌經驗、產學合作、源頭食材鏈結

咖意哩
NOTHING BUT CURRY



大數據行銷 美食APP



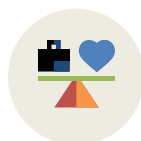
會員數持續成長

每年20萬人次成長動能。
已達97萬會員人次。



黏著度強的會員折扣

註冊禮、生日禮、集章遊戲...
讓APP化身折扣機帶顧客進門市。



點數經濟

消費累積點數，點數於下次消費折抵。
快閃推出少點數大折扣，創造回店再消費。



會員大數據

顧客來店頻率、消費習慣、金額，
大數據分析消費者輪廓。



OMO自有商城平台

線上支付

整合於會員APP中無須透過其他平台或媒介，線上交易完成付款，電子票券即存入APP券匣方便使用。

線下兌換

電子票券效期拉長以利消費者使用，到店開啟APP商城券匣掃碼核銷完成兌換，方便省時更快速。

ESG精神

釋出自有商城平台給予在地小農推廣商品，發揮三商餐飲本土企業回饋在地之想法。



未來展望

未來發展計畫



中廚三廠產能效益發揮



雲端廚房促成線上品牌實體化



餐飲孵化器-創業育成



深耕台灣、佈局海外





Q U E S T I O N S & A N S W E R S

