



透過平台應用設計可自動備料預測、降低物料耗損、庫存警示及即時策略行銷，以達高生產量、零庫存率與靈活的商品組合性，創造更大的營收。

智慧性中央廠房暨數據分析運用平台計畫

/ 暮盆實業股份有限公司

創業與加盟模組的優化

2007年木盆品牌草創初期，以攤車模式經營。2011年，木盆正式轉型為實體門市，並於2011年至2017年間，於高雄陸續開展五間直營門市，2018年，木盆開始對外招募加盟合作夥伴，迄今陸續於全省開展七間直營門市、十五間加盟門市，與已簽約之籌備處兩間，並建立了連鎖經營之管理與組織基礎。為因應企業規模化成長及相對風險，我們持續強化超前佈署包含培育營運輔導團隊人才、設立中央生產廠房、成立品牌行銷企劃部門，其中設立中央生產廠房：於2020開始測試導入ERP內控系統，並劃分廠區各部門：截切

清洗部、產線部、出貨部、物流部等管理部門，集中控管品牌生鮮產品之生產需求。將高人力、高耗損、高儲備空間的生鮮商品，以每日物流供貨配送至全省各門市，大幅降低門市的營運管銷、耗損及風險，使門市擁有高度的經營成功率。因應蔬果較脆弱及須冷藏的食物特性，增加了餐飲業者運送及製作繁困難度。因此，平台開發之目標為『防止物料三呆』，呆料：減少在生產中的無形消耗、呆貨：因保存期限到未售出的浪費及呆帳：因各種因素未收到的款項，落實體內循環好，體外也環保不浪費的觀念。

智慧性中央廠房暨數據分析運用平台展現管理效能

木盆為連鎖速食產業的嶄新品牌，從末端餐飲品牌經營，向上整合至跨食品加工與製造產業。透過本次計畫的執行，使得中央工廠所推行之『智慧性中央廠房暨數據分析運用平台』展現出最大的效益。我們透過系統的協助，開創出蔬食領域全新的營運模式，並隨營運逐步結合科技化數據管理，使週期極短的生鮮產業、尤其是以B to C的商業模式，最大的物流與耗損問題，因而得以獲得精準控管，創造出木盆獨有的競爭力。並透過不斷完善流程，讓每一位顧客都能感受到木盆的經營用心與進步，樹立了木盆品牌連鎖經營的基礎。營運至今，木盆品牌由台灣高雄向台北漸進發展，已累積眾多穩健的口碑客戶與高度回客率，以全台行政區、商圈、人口需求，我們評估未來全台總共可開設120家門市，品牌合併總營收未來預期將可達18億元。我們仍持續藉由連鎖化擴展，提高市場占有率，並開拓更多服務門市，推廣開發更多的顧客與需求，建立品牌永續經營之基礎。一如初衷，讓我們用心投入的產品，走入更多人的生活裡，傳遞最初的那份感動，藉由悅性飲食，發掘美好的愉悅心情！



/ 生產過程以及團隊

讓企業經營管理邁入新紀元

本計畫從公司對品質的堅持著墨起，本著為顧客製作出讓食物傳遞好心情的企業核心經營理念，從改善食材損耗量難以計算的生產流程起，整合內控系統提升備料效率及成本分析的精準度，配合著營銷矩陣分析的概念，不僅能將產品組合的效益發揮到最大亦能吸引消費者的新鮮度，讓生產力提升、行銷成本降低；更運用平台智慧警示提醒來降低人力的盤點與錯誤率，將暮盆實業升級成2.0等級，持續不斷的以永續經營為目標，複製成功營運的模式，再擴展延伸到各區，創造出新營收績效。

