

暮盆實業 股份有限公司

●○○●● 技術升級

沙拉蔬食界領導品牌 科技驅動下的餐飲帝國

專訪 | 總經理 楊翔如

輕食沙拉品牌「Woopen 木盆」，自 2007 年從高雄市文化中心周邊騎樓的一台餐車起步，迄今已發展成為全台連鎖企業品牌。公司積極建構從產地到餐桌的精準供應鏈，並透過大數據分析掌握市場需求與產地供給，憑藉科技輔助與創新的商業模式，Woopen 木盆品牌成功打造即食生鮮產業的創新整合商模與典範，並持續導入半自動化生產、數據化管理提高品質與效率，不僅為消費者帶來全新的產品與品牌體驗，也為臺灣精緻農業、鮮食加工與連鎖餐飲之產業注入嶄新活水。

ENJOY VEGETARIAN
FOOD FROM WOOPEN



從餐車到連鎖品牌 木盆沙拉的經營哲學

暮盆實業出自楊總經理白手起家，透過青年創業貸款起步，歷經 16 年期間，從草創據點的社區街坊鄰里服務開始，發展為企業化經營，致力於推廣符合現代趨勢，與健康意識的輕蔬食產品，並以快速慢食、善待生活、分享喜悅與美好作為推廣悅性飲食文化的理念核心，現於全台一級住辦商圈設立近 30 家服務門市，扮演城市裡的蔬食綠洲，肩負著平衡在地顧客，日常高油鹽糖飲食與食安之使命，訴求為快速便利、新鮮自然、無負擔的連鎖蔬食品牌，為現代忙碌的都會家庭及廣大的外食、健身等族群，提供全新的健康蔬食新選擇！

Woopan 木盆品牌鎖定 30 至 45 歲區間之輕熟白領、家庭主婦等受眾族群，於實體門市端提供內用餐區，另開放外帶與外送服務，

以及會員回饋系統與線上點餐等數位服務平台，並針對顧客回饋需求，開發更加便捷的 CRM 系統與介面，持續優化產品、流程與服務方案。品牌創立初始，便以連鎖策略佈局，結合產銷雙軌並進之規劃發展，於第二家實體門市成立之時，便已開始投入後勤生產單位與冷鏈物流系統。隨著產、製、銷等商模流程確立後，品牌於 2018 年開始加速連鎖擴展。現今，暮盆實業已擁全台連鎖門市，與自有 PDC 截切廠、物流系統等發展架構。

暮盆實業充分運用企業組織與專業人才合作，實現業務營運、財務和產銷的監控管理，透過已建構的會員銷售系統數據分析，亦能更加明確、且滾動性的調整年度產品與經營策略，提升連鎖門市的整體經營效率，進而鞏固企業的核心競爭力。

木盆致力於用心製作每一份產品
走入更多人生活裡



產銷供應鏈雙贏 科技與技術發展新典範

暮盆實業透過代工與自有品牌通路，精準掌握年度用戶市場之需求量，進而串連從產地到餐桌，與產地合作社委託契作管理、去中間化，掌握每項蔬果原物料的來源與產銷履歷，嚴謹控管每日自產地直送蔬果的品規、品質之品檢與生產耗料，並結合半自動化生產與數據化管理整合加工流程，集中鮮食產品的食安管理與產量效益。透過每日 PDC 截切中心的統一排程生產和全台冷鏈物流配送，克服了儲備週期極短的即食生鮮產品，最不易掌握的耗損與產銷效益。暮盆實業憑藉科技應用與卓越的供應鏈管理，成功將難以掌握的生鮮食材，轉化為穩健的產銷系統，不僅有效提高生產效益、節約生產能源、提升同仁年均產值，亦開創出具備產銷綜效的規模優勢與商業模式。



從精緻農業到低碳飲食，暮盆實業始終以未來的國際市場為目標，針對農業與科技結合生產，輸出臺灣的軟硬體實力與市場經驗，提供最佳的產銷整合方案。未來將另規劃針對健身房、科技園區、一級商辦等通路增設智能物聯網自販機，開發全新的無人銷售渠道並擴大市佔，打造臺灣農業產銷領域的全新商模，實現顧客、農民和企業三方共贏局面，追求永續循環與發展！