

台、陸餐飲市場驟變，雙面夾殺

王品找台灣在地美食 強強聯手

陳宥臻／台北報導

大陸、台灣餐飲市場驟變，王品遭受雙面夾殺，考驗董事長陳正輝掌舵後的應變力。陳正輝昨（6）日透露，台灣美食這麼多，已著手找在地知名品牌合作，發揮雙方加乘效益。但他不諱言，新餐飲品牌高峰期和恢復正常水準間的起落循環，至今還捉不準，自己也很頭痛且還在摸索。

王品昨日舉行股東會，也是員工編號002的陳正輝首次主持股東會。

王品大陸業績在去年之前，都以2位數成長，陳正輝過去成功經營大陸市場經驗，總讓外界津津樂道，但今年前4月大陸營收僅成長1.22%，讓人懷疑王品最強核心力道減弱。

陳正輝說，大陸市場在2015年進入戰國時代，主要城市餐飲的總店數成長50~80%，甚至部分地區更呈倍數成長。主因是大陸環境不好，餐飲進入門檻低，大家都想從這裡賺錢，但大陸股市經濟不佳，消費意願減弱，以上2種原因交互影

響，造成各大餐飲品牌業績成長力道減弱。

台灣方面，從海外代理餐飲品牌增多，例如日本拉麵、炸豬排店、港式料理等，都出現眾多海外品牌。國人對餐飲品牌的忠誠度遞減，喜歡嘗鮮，促成餐飲品牌生命周期縮短。

陳正輝說，自己也很頭痛且還在摸索，新餐飲品牌高峰期和恢復正常水準間的循環，至今還捉不準。

兩岸的餐飲趨勢，陳正輝調整策

略，指出接下來朝多品牌、小規模發展。以往一個新品牌可以開到100家店，現在只要擴充到80家就好，把精力留到開發新品牌上。且未來兩岸都以每年各新增2個新品牌為目標。目前王品在台灣共13個品牌，大陸6個品牌，往後持續增加。

陳正輝強調，台灣美食資源很多，王品除引進國外品牌和自創品牌，現在更要敞開心胸找在地品牌合作，目前已有對象在洽談，包括烘焙、飲品、小吃，都在接洽範圍內，力圖王品能結合強者，一起打天下。

法人表示，大陸因餐飲競爭激烈，王品大陸今年營收估約1成的成長，台灣則持平。整體上，今年營收估計微幅成長，增幅約是個位數。