

# 店點調整 跟著商圈動

【記者黃冠穎／台北報導】王品（2727）近年來積極調整集團步伐，不再以「衝店數、衝營收」做為策略主軸，務求單店單點都能獲利，對淘汰弱店、整併商圈店點毫不手軟。

王品執行長楊秀慧在年初曾直言，「現在王品的關店是正常的，只要商圈在移動，就要做遷移的動作」。

光是去年，王品就關閉28家店，今年也有店點調整，台灣目前有265家，較去年微幅增加兩家，至於大陸收掉石二鍋後，店數也只是回到去年的水準，由此可見王

品逐步調整品牌陣容軌跡。

王品的品牌策略可分為二個層次，分別是穩定既有品牌、加速發展新品牌。

以台灣市場為例，今年在短短二個月內就開出麻佬大、酷必、乍牛等三個品牌，半年就有八家新店，麻佬大更已經開出第四家店。

酷必也開出四家，單月營收可達400萬元，預估年底還會再開出一家；乍牛單月營收也達300萬元，目前有二家正在籌備中，而王品台灣事業群規劃年底還會再創立一個新品牌，初步訂為中式料理。