

逢甲大學學生報告 ePaper

企業管理資訊系統：以晨間廚房-雲悅科技為例

Enterprise Management Information Systems : Using Morning Kitchen as examples.

作者：鄭卉妤、蔡佳妤、下地伶奈

系級：企管三甲

學號：D1223099、D1373395、D1235035

開課老師：陳建文 教授

課程名稱：管理資訊系統

開課系所：企業管理學系

開課學年：114 學年度第 2 學期

中文摘要

隨著數位科技快速發展，企業經營逐漸走向資訊化與系統化管理，管理資訊系統已經成為提升營運效率與顧客體驗的重要工具。尤其是在餐飲產業中，面對高頻率訂單與即時服務需求，如何透過系統優化點餐流程、整合前後台作業並降低人為錯誤，已成為影響企業競爭力的重要關鍵。

本報告以連鎖餐飲品牌「晨間廚房」為研究對象，聚焦其 POS 系統在實際營運中的應用情形，並以個人於本專題中所負責的系統分析與設計內容為核心，並加以說明系統於點餐流程、訂單管理及資訊整合等面向之功能與運作方式。透過系統架構與操作流程之探討，進一步分析資訊系統如何協助店家提升服務效率、強化內部管理，並提升整體營運品質。

此外，亦整理本次系統設計與應用過程，並且說明個人在專題中的實際參與內容與學習成果，藉此呈現餐飲業導入資訊系統後，在營運效率與決策管理上的具體效益與發展潛力，作為未來系統優化與應用之參考依據。

關鍵字：POS 系統、晨間廚房、管理資訊系統



Abstract

With the rapid development of digital technology, business operations have gradually shifted toward information-based and systematic management. Management Information Systems (MIS) have become an essential tool for improving operational efficiency and customer experience. Particularly in the food and beverage industry, where high-frequency orders and real-time service demands are common, optimizing the ordering process, integrating front-end and back-end operations, and reducing human errors through information systems have become critical factors influencing a company's competitiveness.

This report focuses on the chain restaurant brand “Morning Kitchen” as the research subject, emphasizing the practical application of its POS system in daily operations. The report mainly discusses the system analysis and design tasks undertaken personally during this project, explaining the functions and operational methods of the system in areas such as ordering processes, order management, and information integration. Through an exploration of the system architecture and operational workflow, the report further analyzes how information systems assist stores in improving service efficiency, strengthening internal management, and enhancing overall operational quality.

In addition, this report summarizes the system design and implementation process, while also describing my actual participation and learning outcomes throughout the project. The study aims to demonstrate the concrete benefits and development potential of introducing information systems into the restaurant industry, particularly in terms of operational efficiency and decision-making management, serving as a reference for future system optimization and applications.

Keyword : Management Information System(MIS) 、 Morning Kitchen 、 POS System

目 錄

壹、	前言	12
一、	研究背景	12
二、	研究動機	14
三、	研究目的	15
貳、	店家介紹	16
參、	晨間廚房POS系統介紹	20
一、	系統基本資料-雲悅科技	20
二、	晨間廚房POS系統	22
三、	晨間廚房POS畫面介紹	26
四、	晨間廚房POS機的問題	38
五、	晨間廚房POS系統延伸功能	39
肆、	自創品牌嶼食YÜ SHI介紹	81
伍、	嶼食 YÜ SHI POS 系統介紹	83
陸、	嶼食YÜ SHI 策略分析	98
一、	嶼食YÜ SHI SWOT 分析	98
二、	嶼食YÜ SHI STP 分析	101
三、	嶼食YÜ SHI 五力分析	102
四、	嶼食YÜ SHI 4P 分析	103
五、	嶼食YÜ SHI ABC 分析	104
六、	嶼食YÜ SHI 商業模式圖	106
柒、	嶼食YÜ SHI 行銷計畫	107
一、	行銷計畫一：AI 人格健康測驗	108
二、	行銷計畫二：隱藏菜單解鎖活動	108
三、	行銷計畫三：週一不憂鬱計畫	108
捌、	營運策略	109
一、	營運策略目標	109
二、	供應鏈管理策略	109
三、	生產與作業流程策略	109
四、	庫存與物流管理策略	109
五、	資訊系統與數位化營運策略	109
六、	成本控制與營運效率策略	109
七、	顧客服務與營運模式策略	109
玖、	營運績效與資訊系統比較分析	110
一、	資訊系統與營運績效比較表	110
二、	對比分析說明	110
三、	營運建議	110

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例	
壹拾、	結論與建議 110
壹拾壹、	進度規劃表與工作分配表 111
一、	進度規劃表—甘特圖 111
二、	工作分配表 111
壹拾貳、	組員心得 112
壹拾參、	參考文獻 114



圖目錄

圖 1 台灣民眾個人上網比例（歷年比較）	12
圖 2 台灣民眾最近三個月上網時所使用的服務	12
圖 3 行動支付使用比例（歷年比較）	13
圖 4 2023年台灣民眾使用外送服務平均單筆消費金額趨勢	13
圖 5 餐飲業提供的各項服務	14
<u>圖 6 店家外觀</u>	<u>16</u>
<u>圖 7 店內公告</u>	<u>16</u>
<u>圖 8 室內用餐區</u>	<u>16</u>
<u>圖 9 店內櫃檯</u>	<u>16</u>
圖 10 店內簡易圖	18
<u>圖 11 特調奶酥厚片</u>	<u>19</u>
<u>圖 12 鮭魚玉米古早味蛋餅</u>	<u>19</u>
圖 13 菜單	19
<u>圖 14 內用線上點餐</u>	<u>19</u>
圖 15 官方方案內容與價格	21
圖 16 系統組織圖	21
圖 17 點餐系統-機器	22
圖 18 出單系統-餐點明細	22
圖 19 廚房出單系統-貼紙機	22
<u>圖 20 結帳刷卡機器</u>	<u>22</u>
圖 21 LINE PAY 付款碼(示意圖)	22
圖 22 內用點餐流程圖	23
圖 23 外送點餐流程圖	23
圖 24 線上外帶點餐流程圖	23
圖 25 QR CODE	24
圖 26 進入點餐面	24
<u>圖 27 餐點選擇</u>	<u>24</u>
圖 28 餐點客製化選擇	24
<u>圖 29 餐點加入購物車</u>	<u>24</u>
圖 30 確認訂單	25
<u>圖 31 結帳選擇</u>	<u>25</u>
圖 32 訂單明細1	25
<u>圖 33 訂單明細2</u>	<u>25</u>
圖 34 每日開班前確認營業日	26
圖 35 選擇內用或外帶	26
圖 36 點餐畫面	26

圖 37 將品項「左滑」刪除.....	27
圖 38 刪除訂單點選「垃圾桶」點選「確認」	27
圖 39. 確認餐點後，點選「灰色頭像」	27
圖 40 點選「Xurf 會員」查詢後，手動或是掃描輸入會員資料.....	28
圖 41 點選「查詢會員」查詢後，會員資料會顯示在右側並點選「儲存」	28
圖 42 成功加入會員後，灰頭像會顯示會員名字的第一個字並且得到點數(配合店家活動).....	28
圖 43 結帳支付選擇.....	29
圖 44 小白單畫面.....	29
圖 45 線上接單畫面(客人送單時會有提示音).....	30
圖 46 線上-接單功能	30
圖 47 線上-確認訂單完成.....	31
圖 48 點選「結帳」	31
圖 49 選擇支付方式.....	31
圖 50 點選優惠促銷.....	32
圖 51 選擇優惠促銷活動.....	32
圖 52 查看即時業績的頁面.....	33
圖 53 查看近期業績表現.....	34
圖 54 查看更多分類表現以及餐點排名	34
圖 55 關帳/小結頁面.....	35
圖 56 關帳前信用卡清帳.....	35
圖 57 關帳資訊.....	35
圖 58 關帳單預覽以及列印.....	36
圖 59 POS 軟體更新	36
圖 60 確認POS 版本正確.....	37
圖 61 點選「進階」點選兩個「朝上箭頭」	37
圖 62 點選「POS 資訊」	37
圖 63 查看 版本資訊」，確認版本號是否與客服公告一致	38
圖 64 點選「訂金沖銷」接著點選「新增訂金」	39
圖 65 「會員」使用訂金付款時流程.....	40
圖 66 「非會員」使用訂金付款時流程	40
圖 67 點選「該筆訂金」接著點選「結帳」	40
圖 68 正常結帳流程.....	41
圖 69 「長按」需停售商品再點選「確認」	41
圖 70 商品停售完成.....	42
圖 71 商品註記停售流程.....	42
圖 72 商品註記停售流程完成.....	42
圖 73 會員優惠券核銷－現金券核銷	43
圖 74 使用「平板」掃碼可點選此圖示	43

圖75 核銷成功後圖片.....	43
圖76 核銷成功會在結帳時自動帶入優惠折扣.....	44
圖77 商品兌換需點選到該商品.....	44
圖78 商品兌換卷核銷.....	45
圖79 產品核銷完成畫面.....	45
圖80 送單介紹-列印「結帳單、貼紙及廚房單」.....	46
圖81 列印總單流程.....	46
圖82 點選「進階」再點選需「補印明細」之訂單.....	47
圖83 點選「補印單據」.....	47
圖84 電子發票啟用，點選「進階」再點選「設定」.....	48
圖85 電子發票點選「檢查」.....	48
圖86 點選「OK」.....	48
圖87 確認發票字軌是否與雲悅客服傳得相同.....	49
圖88 電子發票補印流程.....	49
圖89 點選「發票補印」.....	49
圖90 發票作廢流程.....	50
圖91 點選「作廢交易」.....	50
圖92 作廢後此交易狀態會更改為「已作廢」.....	50
圖93 進階功能-交易紀錄流程.....	51
圖94 【進階功能-設定】快速結帳流程.....	51
圖95 【進階功能-設定】快速結帳(開啟狀態).....	51
圖96 【進階功能-設定】快速結帳(關閉狀態).....	52
圖97 【進階功能-設定】找零提醒(開啟時按鍵為綠色反之為灰色).....	52
圖98 【進階功能-設定】找零提醒開啟狀態畫面.....	52
圖99 【進階功能-設定】自動清除桌單.....	53
圖100 【進階功能-設定】自動清除桌單(關閉狀態).....	53
圖101 【進階功能-設定】是否列印發票.....	53
圖102 【進階功能-設定】是否列印發票明細.....	54
圖103 【進階功能-設定】服務費比例.....	54
圖104 【進階功能-設定】預設用餐方式.....	54
圖105 【進階功能-設定】營業數據統計／依系統時間.....	55
圖106 【進階功能-設定】營業數據統計／統計截止時間.....	55
圖107 【進階功能-設定】出單／出單順序規則.....	55
圖108 【進階功能-設定】出單／列印接單中心結帳單.....	56
圖109 【進階功能-設定】出單／結帳單字體設定.....	56
圖110 【進階功能-設定】出單／廚房單字體設定.....	57
圖111 【進階功能-設定】出單／Foodpanda 塑膠袋品項列印設定.....	57
圖112 【進階功能-設定】出單／套餐名稱列印設定.....	57

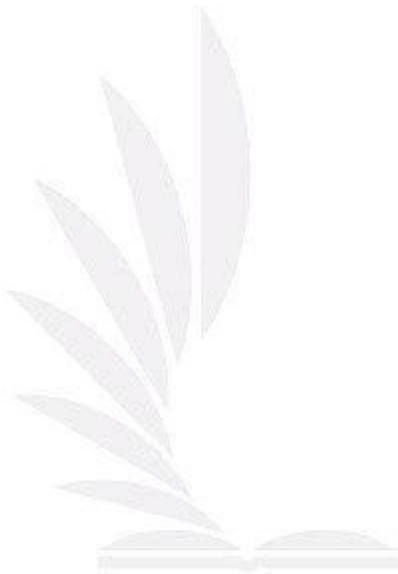
圖113 【進階功能-設定】其他／圖片模式.....	58
圖114 【進階功能-設定】其他／圖片模式(開啟狀態).....	58
圖115 【進階功能-設定】其他／圖片模式(關閉狀態).....	58
圖116 【進階功能-設定】其他／點餐順序規則.....	59
圖117 【進階功能-設定】其他／點餐順序規則(依點擊商品).....	59
圖118 【進階功能-設定】其他／點餐順序規則(依商品排序)2.....	59
圖119 【進階功能-設定】其他／顧客資訊預設頁面.....	60
圖120 【進階功能-設定】其他／顧客資訊預設頁面(Xurf 會員).....	60
圖121 【進階功能-設定】其他／顧客資訊預設頁面(非會員).....	60
圖122 【進階功能-設定】其他／桌面進單提醒.....	61
圖123 【進階功能-設定】其他／桌面進單提醒.....	61
圖124 【進階功能-設定】其他／接單提示聲音提醒.....	61
圖125 【進階功能-設定】其他／零售商品條碼掃描.....	62
圖126 【進階功能-設定】其他／零售商品條碼掃2.....	62
圖127 【進階功能-設定】其他／套餐附餐選擇.....	62
圖128 【進階功能-設定】其他／套餐附餐更換標記.....	63
圖129 【進階功能-設定】其他／套餐附餐更換標記2.....	63
圖130 【進階功能-設定】其他／結帳開錢櫃.....	64
圖131 【進階功能-設定】其他／已出單商品調整.....	64
圖132 【進階功能-設定】其他／已出單商品調整2.....	64
圖133 【進階功能-設定】其他／商品停售.....	65
圖134 【進階功能-設定】其他／購物車顯示升級套餐.....	65
圖135 【進階功能-設定】其他／購物車顯示升級套餐(開啟狀態).....	65
圖136 【進階功能-設定】其他／購物車顯示升級套餐(開啟狀態)2.....	66
圖137 【進階功能-設定】其他／購物車顯示升級套餐(關閉狀態).....	66
圖138 【進階功能-設定】其他／同商品數量匯總顯示.....	66
圖139 【進階功能-設定】其他／同商品數量匯總顯示(開啟狀態).....	67
圖140 【進階功能-設定】其他／同商品數量匯總顯示(關閉狀態)2.....	67
圖141 【進階功能-設定】其他／線上訂單自動接單.....	67
圖142 【進階功能-設定】其他／線上訂單自動出單2.....	68
圖143 【進階功能-設定】其他／購物車顯示訂單號.....	68
圖144 【進階功能-設定】其他／購物車顯示訂單號.....	69
圖145 【進階功能-權限控管】設定.....	69
圖146 【進階功能-權限控管】招待(開啟狀態).....	69
圖147 【進階功能-權限控管】招待(開啟狀態)2.....	70
圖148 【進階功能-權限控管】招待(關閉狀態).....	70
圖149 【進階功能-權限控管】刪單(開啟狀態).....	70
圖150 【進階功能-權限控管】刪單(開啟狀態)2.....	71

圖151 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(開啟狀態).....	71
圖152 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(開啟狀態)2.....	71
圖153 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(開啟狀態)3.....	72
圖154 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(開啟狀態)4.....	72
圖155 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(關閉狀態).....	72
圖156 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(關閉狀態)2.....	73
圖157 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(關閉狀態)3.....	73
圖158 【進階功能-權限控管】修改密碼.....	73
圖159 【進階功能-權限控管】修改密碼2.....	74
圖160 【進階功能-權限控管】是否使用進銷存.....	74
圖161 【進階功能-權限控管】是否使用進銷存2.....	74
圖162 【進階功能-打卡】.....	75
圖163 【進階功能-打卡】打卡操作.....	75
圖164 【進階功能-打卡】打卡操作2.....	75
圖165 【進階功能-打卡】打卡操作3.....	76
圖166 【進階功能-打卡】打卡紀錄.....	76
圖167 【進階功能-打卡】打卡紀錄2.....	76
圖168 【進階功能-打卡】打卡紀錄3.....	77
圖169 【進階功能-關帳/小結】查看紀錄/補印.....	77
圖170 【進階功能-錢櫃】開錢櫃.....	77
圖171 【進階功能-錢櫃】錢櫃管理.....	78
圖172 【進階功能-錢櫃】錢櫃管理2.....	78
圖173 【進階功能-錢櫃】錢櫃管理3.....	79
圖174 【進階功能-錢櫃】錢櫃管理4.....	79
圖175 【進階功能-座位圖】座位編輯.....	79
圖176 【進階功能-座位圖】座位編輯2.....	79
圖177 【進階功能-座位圖】座位編輯3.....	80
圖178 系統前後台組織圖.....	83
圖179 內用點餐流程圖.....	84
圖180 外送點餐流程圖.....	84
圖181 預約單點餐流程.....	84
圖182 權限區分.....	87
圖183 選擇內用或外帶.....	87
圖184 點餐畫面.....	87
圖185 部分餐點可提供客製化選擇ex:醬料選擇.....	88
圖186 內用-點筆的圖示選擇桌號.....	88
圖187 外帶-點筆的圖示輸入代稱.....	88
圖188 預選單-點筆的圖示輸入取餐日期時間與名稱.....	89

圖 189 會員登入.....	89
圖 190 會員資料.....	90
圖191 會員註冊.....	88
圖192 已註冊之會員輸入後畫面以及提示綁定成功通知	90
圖 193 結帳畫面.....	91
圖194 訂單明細/統編載具輸入.....	89
圖195 現金金額輸入自動算找錢金額.....	89
圖 196 無綁定會員之結帳畫面.....	91
圖197 綁定會員之結帳畫面，有10點折100之優惠	89
圖 198 接單中心-未接單之訂單資訊，需結帳完成後才可送單製作	92
圖 199 接單中心-已接單之訂單資訊和相關訂單之通知	92
圖 200 接單中心-預選單之訂單，系統自動在前20分鐘通知店家開始製作.....	92
圖 201 歷史訂單- 可查詢當日訂單資訊.....	93
圖 202 已取消- 在訂單取消後系統有提示，以及手動發票作費功能	93
圖 203 打卡/關帳功能-切換人員.....	93
圖 204 點選上下班打卡，且右方會有紀錄.....	94
圖 205 關帳單預覽.....	94
圖 206 存貨管理，可在此看到現有存貨以及有顏色的提醒區別.....	94
圖 207 在訂單管理可查詢近30的歷史訂單	95
圖 208 在營業報表中，可查看和匯出店家每日的銷售數據.....	95
圖 209 在即時業績中可切換年月日查看營業資訊	95
圖 210 在即時業績中可依照年月日看ABC分析的產品	96
圖 211 在即時業績中可依照年月日使用AI顧問的ABC分析	96
圖 212 在即時業績中的商業九宮格選擇條件，AI自動產生內容	97
圖 213 在即時業績中的競爭對手反制，描述對手按生成	97
圖 214 AI自動分析競爭對手內容.....	97
圖215 在即時業績中的行銷文案中，選擇產品以及使用平台	98
圖 216 AI自動產出相對行銷文案.....	98
圖 217 喫食YÜ SHI商業模式圖.....	106
圖218 計畫一示意圖.....	108
圖219 計畫二示意圖.....	108
圖220 計畫三示意圖.....	108
圖221 進度規劃表.....	110

表目錄

表 1 晨間廚房系統基本資料.....	20
表 2 嶼食YÜ SHI SWOT 分析	99
表 3 嶼食YÜ SHI STP 分析.....	102
表 4 五力分析說明表.....	103
表 5 4P 分析表	103
表 6 資訊系統與營運績效比較表.....	110
表 7 分工表.....	112



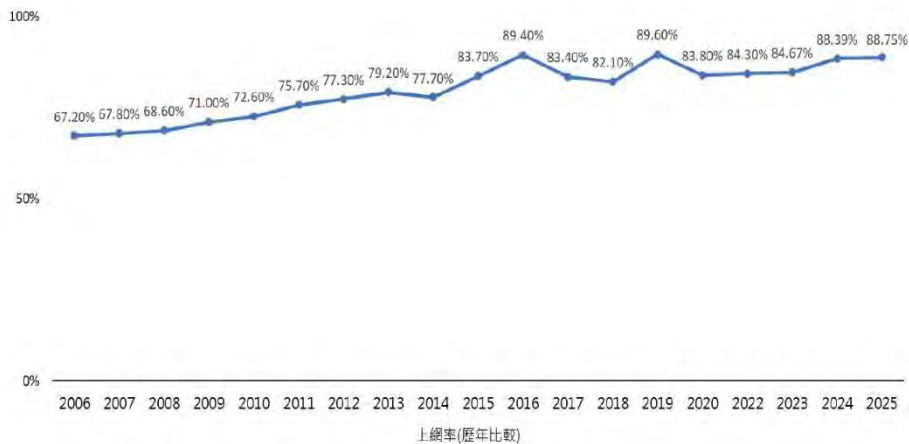
壹、前言

一、研究背景

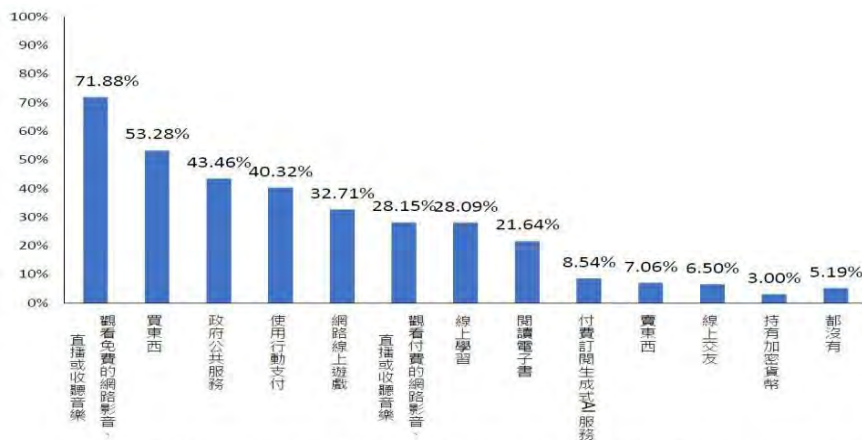
(一)、數位化發展趨勢與消費行為

隨著數位科技快速發展，台灣社會已逐步邁入高度資訊化與網路化階段，網路與數位工具已深度融入民眾日常生活之中。消費者在資訊取得、商品選購及支付方式上，皆逐漸轉向數位化與即時化發展，使整體消費模式產生顯著改變。

由圖1可知，台灣整體上網率已達 88.75%，顯示網路已高度普及，成為民眾日常生活中不可或缺的重要工具。此現象代表消費者已習慣透過網路進行資訊搜尋與消費活動，進一步推動各產業加速數位轉型。



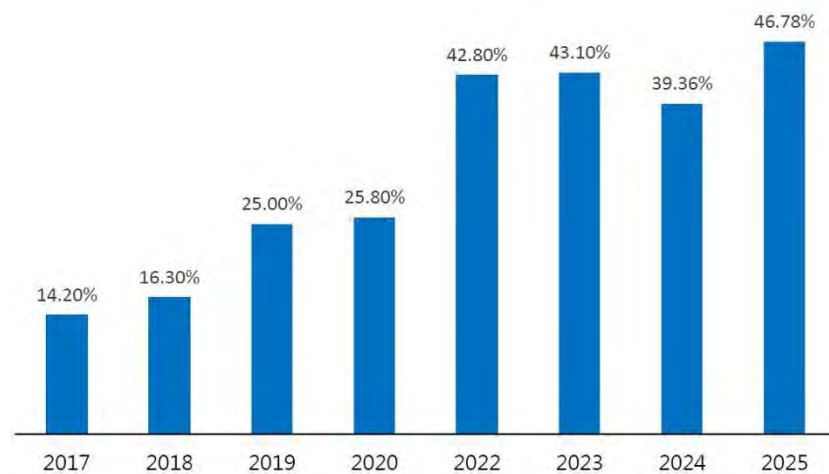
例達，顯示線上消費已成為主要消費方式之一。此趨勢反映消費者對於便利性與即時性的高需求。線務



資料來源：2025 台灣網路報告，執行時間 2025 年 7 月 28 日至 9 月 1 日，加權後數值。樣本數：1,070（市話樣本）。

圖2 台灣民眾最近三個月上網時所使用的服務

由圖3 可知，行動支付使用比例已達 46.78%，且呈現逐年成長趨勢。顯示消費者在支付方式上逐漸偏好快速且便利的數位工具，進一步影響實體店面在結帳系統與支付機制上的設計方向。



行動支付使用比例(歷年比較)
看眾外平消費年增
表眾在務率在
對即餐務需續升
餐實轉線象

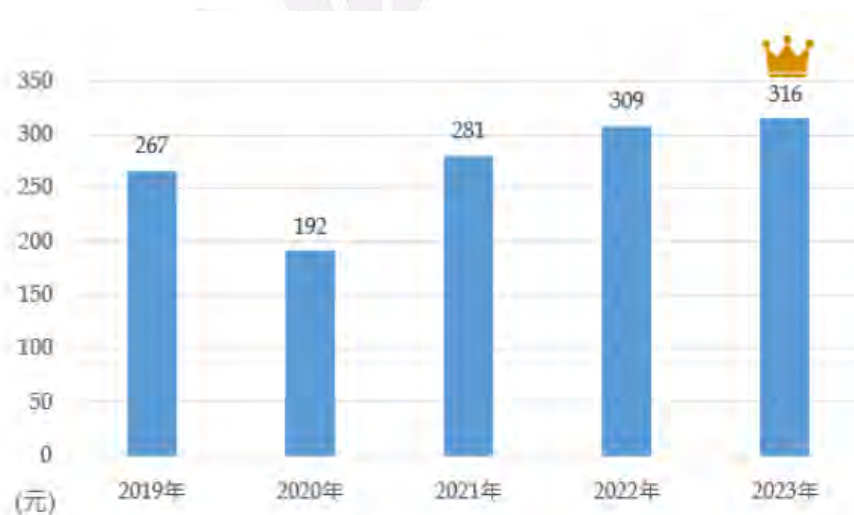


圖4 2023 年台灣民眾使用外送服務平均單筆消費金額趨勢

綜合上述可知，消費者端已逐步形成以「便利、快速與即時」為核心的數位消費模式，並對餐飲產業之服務型態與系統應用產生深遠影響。

(二)、餐飲業資訊系統導入與營運轉型

面對消費者行為的轉變，餐飲業者亦積極導入各類資訊系統，以提升服務效率與營運品質。資訊系統已從輔助工具轉變為餐飲業營運核心，涵蓋點餐、結帳、訂單管理及外送整合等重要流程。

由圖5可知，餐飲業導入POS系統比例高達78.0%，顯示其已成為最核心之營運工具；另有42.2%業者使用手機或平板進行點餐，顯示行動化設備逐漸取代傳統人工點餐模式；此外，50.8%的業者加入外送平台，反映餐飲服務已延伸至線上通路。

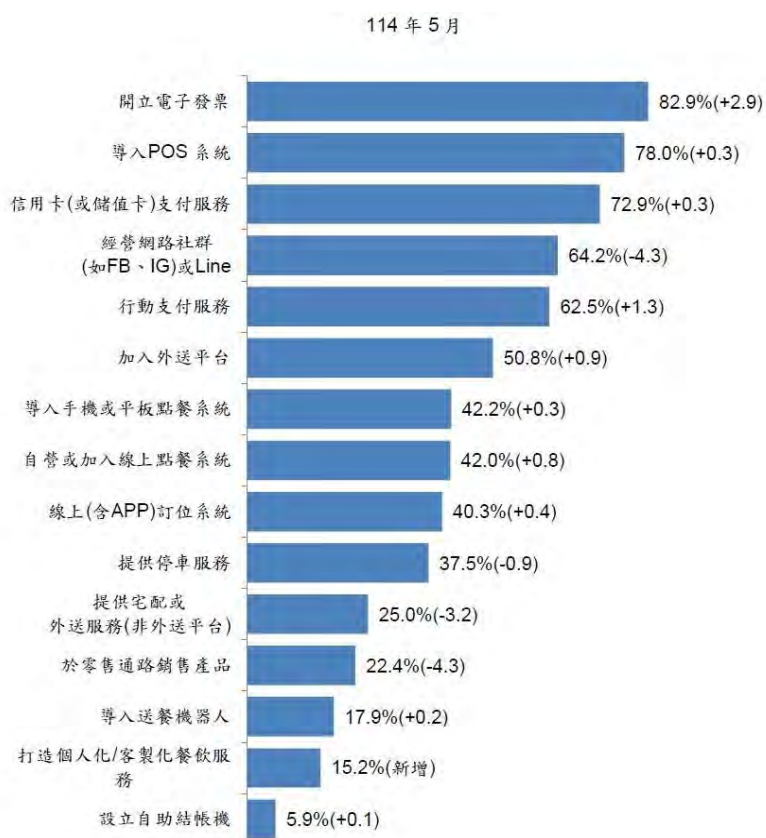


圖5 餐飲業提供的各項服務

從營運層面分析，資訊系統的導入使餐飲業在多方面產生顯著效益。首先，在前台作業上，POS系統可即時完成點餐與結帳流程，有效縮短顧客等待時間。其次，在後台管理上，系統可整合訂單與銷售數據，提升管理效率並降低人為錯誤。最後，在通路整合方面，透過外送平台與線上訂餐系統的導入，企業能擴大服務範圍並提升營收來源。綜上所述，餐飲業已逐漸由傳統人工營運模式，轉型為以資訊系統為核心之數位化營運模式。

二、研究動機

隨著數位科技的快速發展，餐飲產業正面臨消費模式轉變與營運效率提升的雙重挑戰。根據前述研究背景可知，消費者在點餐、支付與外送服務等行為上，已逐漸轉向數位化與即時化，使餐飲業者必須導入

資訊系統以因應市場需求。在此趨勢下，POS 系統、行動點餐系統及外送平台已成為餐飲業日常營運中不可或缺的重要工具。然而，資訊系統在餐飲業中的實際應用情形，並非僅止於基本操作功能，其在提升作業效率、降低人為錯誤及優化顧客體驗等方面，亦扮演關鍵角色。因此，深入了解資訊系統在實務營運中的運作方式與應用效益，具有相當重要之研究價值。

基於上述背景，本研究選擇晨間廚房作為訪談對象。晨間廚房為連鎖早餐品牌，具有高來客數與高翻桌率之營運特性，其對點餐效率與流程整合之需求相對較高，適合作為探討餐飲業資訊系統應用之代表案例。透過對其POS 系統之分析，期望能進一步了解資訊系統如何實際應用於餐飲營運流程中，並探討其對提升營運效率與服務品質之影響。

三、研究目的

本研究旨在探討企業在數位轉型趨勢下導入管理資訊系統之應用情形，並以晨間廚房為研究對象，分析其POS 系統於實際營運中的功能運作與應用效益。此外，透過系統分析與實務觀察，進一步延伸至自創品牌之系統規劃與設計應用。

具體研究目的如下：

- (一)、探討晨間廚房 POS 系統之基本架構與功能內容，包括前台操作、後台管理及延伸應用模組。
- (二)、分析 POS 系統在實際營運中對於點餐流程、作業效率及顧客服務品質之影響。
- (三)、整理晨間廚房 POS 系統之優缺點，並探討其在實務應用上所面臨之問題與限制。
- (四)、運用 SWOT 分析與 AB 分析，評估自創品牌在營運管理與商品策略上的應用情形。
- (五)、以研究結果為基礎，規劃自創品牌之 POS 系統功能與應用模式，並提出具體改善建議。

貳、 店家介紹

(一)、 晨間廚房公司背景:

晨間廚房創立於2001年，起源於台灣屏東縣長治鄉，由邱明正與黃義升共同創立。品牌以推廣西式早午餐文化為主，致力於打造兼具品質與生活感的用餐體驗，並逐步發展為全台具規模的連鎖早餐品牌之一。

營業時間:周一至周日 6:00-13:00

線上點餐連結:

<https://ec.cloudxurf.com.tw/?enterpriseID=XFlamorning&SHIopID=04B14&typeId=scaneDesk&deskName=12%E6%A1%8C>



圖6 店家外觀

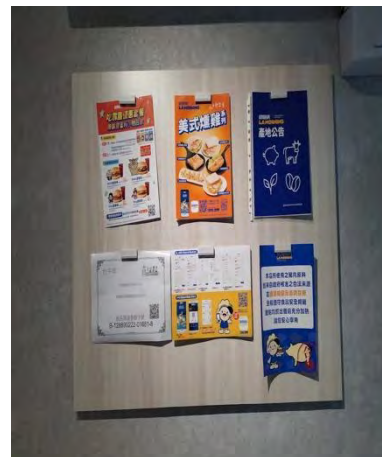


圖7 店內公告

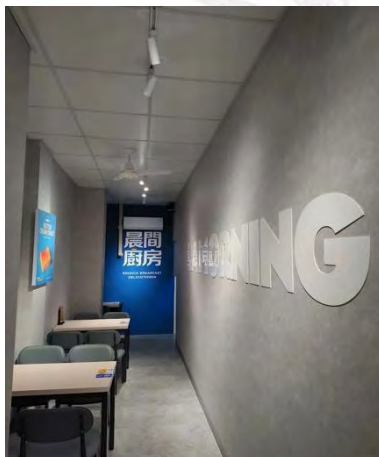


圖8 室內用餐區



圖9 店內櫃檯

(二)、品牌理念與經營特色:

晨間廚房以「工作再忙，也要悠閒享受生活」為核心理念，強調早餐不僅是日常需求，更是一種生活態度。企業秉持「誠信、認真、負責」的經營原則，並要求門市提供「微笑、服務、堅持」的顧客體驗。在經營模式上，創辦人將製造業的「標準化流程」與「製程優化」導入餐飲產業，使其在創立初期即具備高度複製能力，奠定連鎖加盟發展的基礎。

(三)、營運與管理模式:

1、連鎖加盟制度經營:建立中央廚房與物流系統，以確保產品品質的一致性與供應穩定。在人力與營運方面，透過標準化流程降低人力依賴，同時提升作業效率，使門市能在高峰時段維持穩定服務品質。

2、人員訓練

晨間廚房為因應全台超過 600 家門市之連鎖營運規模，以及海外市場拓展之需求，已建立一套標準化且系統化的人員訓練與發展體系，以確保各門市服務品質與營運一致性。首先，在制度面上，晨間廚房導入國家級「TTQS 人才發展品質管理系統」，並於 2021 年取得銅牌認證，2023 年進一步升級通過銀牌評核，顯示其在教育訓練制度與人才發展管理上已具備一定成熟度。透過將訓練流程手冊化與標準化，有效降低不同地區加盟門市之管理差異，並減少人為操作失誤。其次，在門市實務訓練方面，品牌採取「實務傳承」模式，由儲備幹部與店長負責帶領新進員工熟悉作業流程，使教育訓練能夠直接結合實際工作情境。同時，企業亦建立明確的職涯發展路徑，員工可依序晉升為儲備幹部、組長、副店長、店長，進一步發展至區域督導或管理職，提升員工長期留任意願與組織穩定性。此外，晨間廚房亦透過技能分級與獎勵制度強化員工專業能力，例如針對可獨立操作煎台或櫃台結帳之員工提供額外津貼(依照各分店與實際情況而做調整)，以鼓勵多技能發展並提升門市營運效率。在加盟與海外發展方面，總部亦提供完整教育訓練與輔導機制，涵蓋門市營運流程、產品標準化、品牌精神傳遞與在地市場行銷策略，並由資深督導團隊實地輔導，以確保國內外門市皆能維持一致的服務品質與品牌形象。

3、店內配置

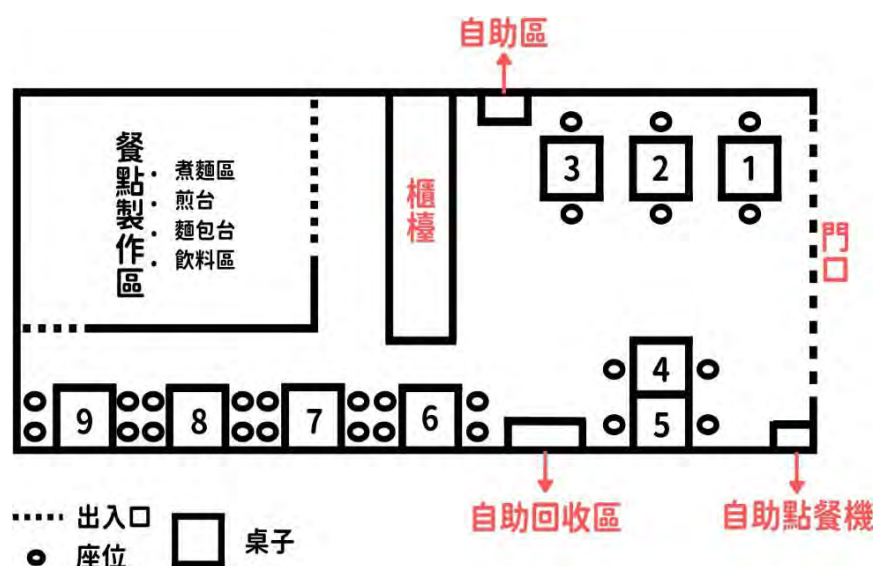


圖10 店內簡易圖

(四)、產品與服務特色: 1、

服務特色

在服務層面，晨間廚房重視顧客用餐體驗，透過藍白色系的地中海風格設計，打造明亮舒適的用餐環境，提升整體品牌形象。同時，因應數位轉型趨勢，導入 APP 行動點餐系統與 POS 整合系統，使顧客可提前訂餐、縮短候餐時間，並透過點數累積機制提升顧客黏著度。此外，透過資訊系統整合前台點餐與後台營運管理，有助於提升服務效率、降低人力負擔，並強化營運管理能力。

2、產品特色

廚房以「中西合璧、多元融合」為產品設計核心，將西式早午餐與台式傳統口味結合，提供多樣化餐點以滿足不同消費族群需求。其招牌產品為蛋餅系列，採用自主研發之餅皮技術製作，口感軟 Q 且不油膩，並延伸出多樣創意口味，如炸蛋餅、起司蛋餅及和風風味等，強化產品差異化。此外，品牌亦發展多元餐點線，包括炒泡麵、鍋燒麵、義大利麵等麵食類，以及厚片吐司、漢堡與拼盤系列，使產品不侷限於傳統早餐，擴展至早午餐甚至輕正餐市場。甜點與聯名商品（如奶酥厚片系列）亦提升品牌吸引力與附加價值。在調味與品質方面，晨間廚房建立自主研發與生產系統，開發專屬醬料與飲品（如奶茶系列），以維持產品的一致性與品牌特色。

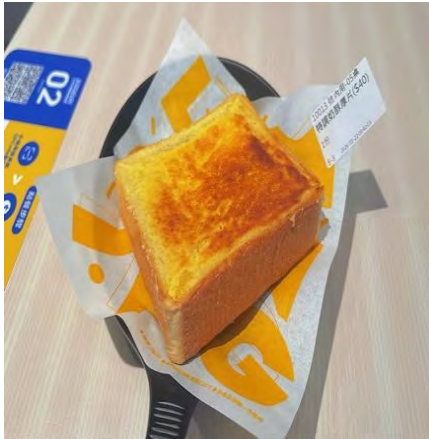


圖11 特調奶酥厚片



圖12 鮭魚玉米古早味蛋餅



圖13 菜單



圖14 內用線上點餐

3、企業社會責任與經營承諾:

晨間廚房在企業經營過程中，除追求營運成長與品牌發展外，亦持續將企業社會責任納入整體經營策略之中，以強化品牌長期發展與社會信任基礎。

1. 參 會 參 長
會 部 錄
參 情 在 營 會 績
影響
2. 食品安全與品質管理制度:在食品安全管理方面，晨間廚房建立標準化供應鏈管理機制，並設置專屬冷凍食品生產線，同時取得 ISO 22000 及 HACCP 等國際食品安全認證，以確保產品品質與食材安全符合國際標準。
3. 營運風險管理與危機應對:在面對營運過程中可能發生之管理疏失時，品牌亦採取正面回應機制，透過坦承問題、公開說明及強化員工教育訓練等方式，降低類似事件再次發生之風險。

整體而言，晨間廚房透過公益參與、永續經營理念、食品安全制度化管理與危機處理機制，建構出完整的企業

社會責任架構，不僅提升品牌信任度，也有助於其連鎖經營體系之穩定發展。

參、晨間廚房POS系統介紹

一、系統基本資料-雲悅科技

系統名稱	Xurf POS
作業系統	iPad 作業系統 (iOS / iPadOS)
軟體廠商	雲悅科技股份有限公司
維修價格	由加盟公司統一回報總公司處理與維修

表1 晨間廚房系統基本資料

(一)、系統特色

雲悅科技股份有限公司所開發之 Xurf POS 數位營運平台，主要應用於餐飲與零售產業，旨在協助門市進行數位轉型，提升營運效率與顧客服務品質。其系統設計結合操作便利性、數據整合能力與智慧化應用，具備高度實務導向特性。

- 1、設計理念與操作介面: Xurf POS 以「人本服務」為核心設計理念，強調透過科技「簡單、穩定、易操作」的技術工具減輕門市人員負擔，使其能專注於顧客服務。
- 2、門店營運與管理功能:Xurf POS 提供完整的門店營運管理工具(即時桌況管理、QR Code 掃碼點餐、外送平台整合、多業態支援)。
- 3、金流與發票管理系統:Xurf POS 整合多元支付與財務管理功能；支援多種電子支付工具(如LINE Pay、街口支付、Apple Pay 等)、提供電子發票自動上傳財政部系統功能、生成每日營收與經營數據報表，有效簡化結帳流程與會計作業，提高管理效率。
- 4、AI 與數位行銷應用:導入AI 技術加速數位應用開發、整合 Google 評論回覆與提升商家曝光、LINE 官方帳號行銷工具(優惠券、會員分眾管理)、AI 銷售預測，協助企業進行數據導向決策，以提升行銷與營運決策能力。
- 5、系統效能與技術架構:採用雲端架構，具備高效能與穩定性，部署於AWS 亞太區域，以降低系統延遲並提升使用體驗。系統整體可用性達 99.9% 以上，同時透過定期自動備份機制，確保資料安全性與系統持續穩定運作。

(二)、系統售價與功能區別

在訪談過程中得知，晨間廚房多採加盟經營模式，因此資訊系統之建置費用及相關設備成本（如POS系統與營運器具）通常由總部統一規劃，並直接納入加盟整體費用之中。基於此模式，加盟門市在實際營運過程中，較少針對各項系統成本進行個別拆分與細項分析，而主要專注於日常營運與服務執行。因此，根據系統供應商之雲悅科技官方資訊，其POS系統提供多種不同方案，並依功能需求與服務內容區分為4種方案之服務項目與價格組合，顯示系統設計具備模組化與彈性化特性，可依據不同規模門市進行選擇與配置。在後續詢問官方客服後我們得知晨間廚房使用的是名為「鐵粉四客」的方案。



織

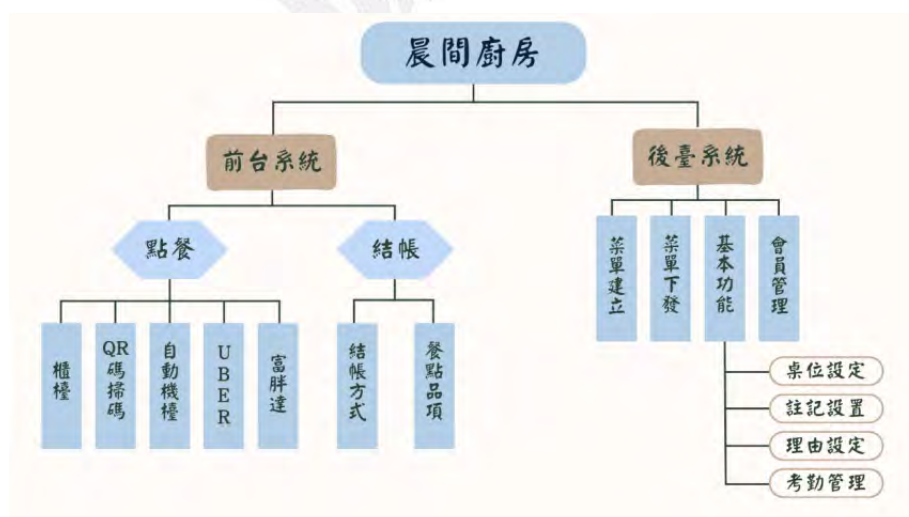


圖16 系統組織圖

晨間廚房的POS 機前台有點餐和結帳的功能，而點餐又分為現場點

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

餐(內用和外帶)、線上點餐(內用和外帶)、自動機台點餐(內用和外帶)以及 Uber Eats 和 Foodpanda 這五種點餐方式；結帳時，可從機台確認顧客所點的餐點品項和支付方式。後台則可以查詢業績、商品的銷售量、菜單、桌位設定等等功能。

二、晨間廚房POS系統

(一)、相關設備

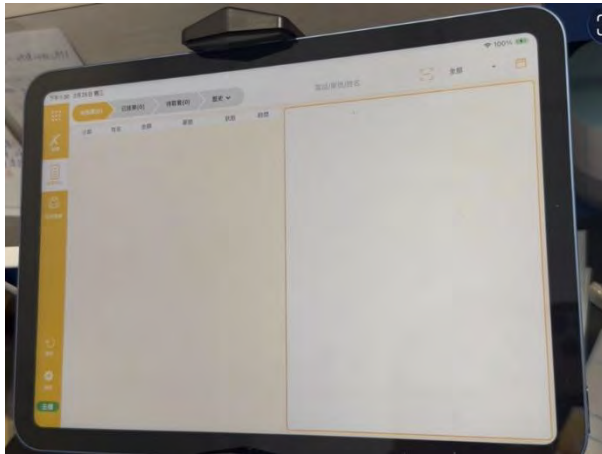


圖17 點餐系統-機器



圖18 出單系統-餐點明細



圖19 廚房出單系統-貼紙機



圖20 結帳刷卡機器



圖21 LINE PAY 付款碼(示意圖)

(二)、點餐流程示意圖

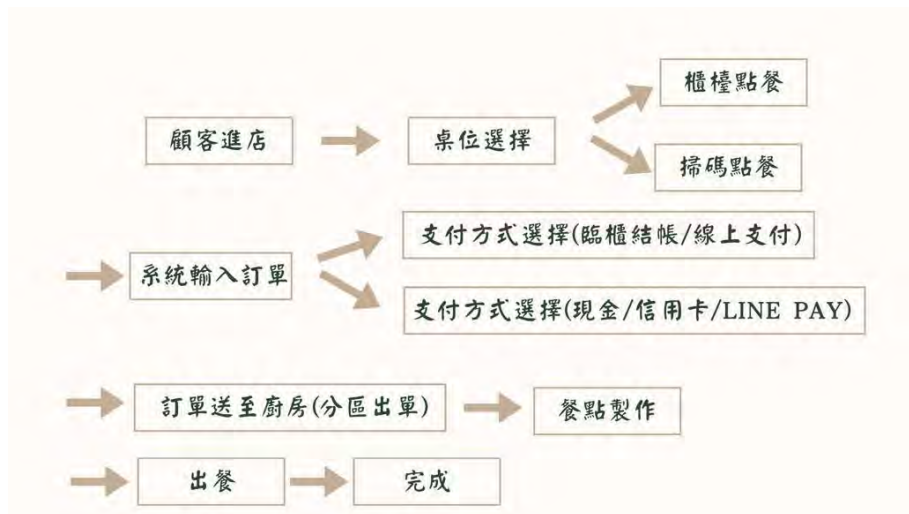


圖22 內用點餐流程圖

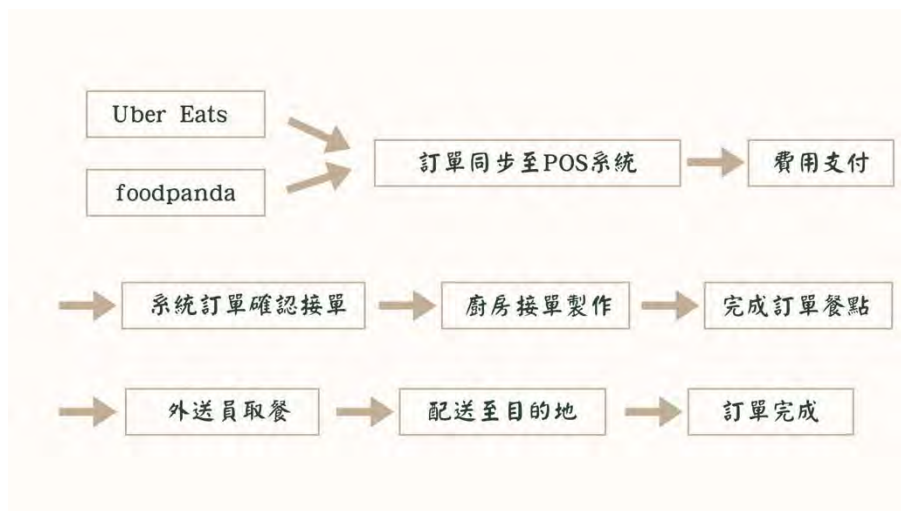


圖23 外送點餐流程圖



圖24 線上外帶點餐流程圖

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

(三)、線上點餐流程實際畫面



圖25 QR CODE



圖26 進入點餐面



圖27 餐點選擇



圖28 餐點客製化選擇



圖29 餐點加入購物車



圖30 確認訂單

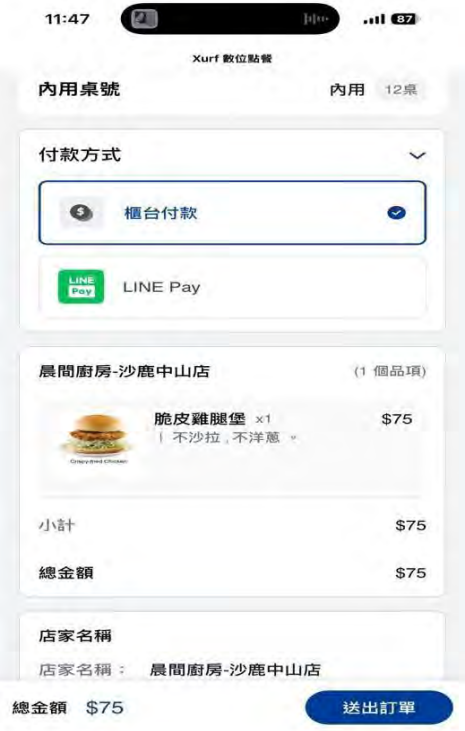


圖31 結帳選擇



圖32 訂單明細1



圖33 訂單明細2

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

三、晨間廚房POS 畫面介紹



圖34 每日開班前確認營業日



圖35 選擇內用或外帶



圖36 點餐畫面

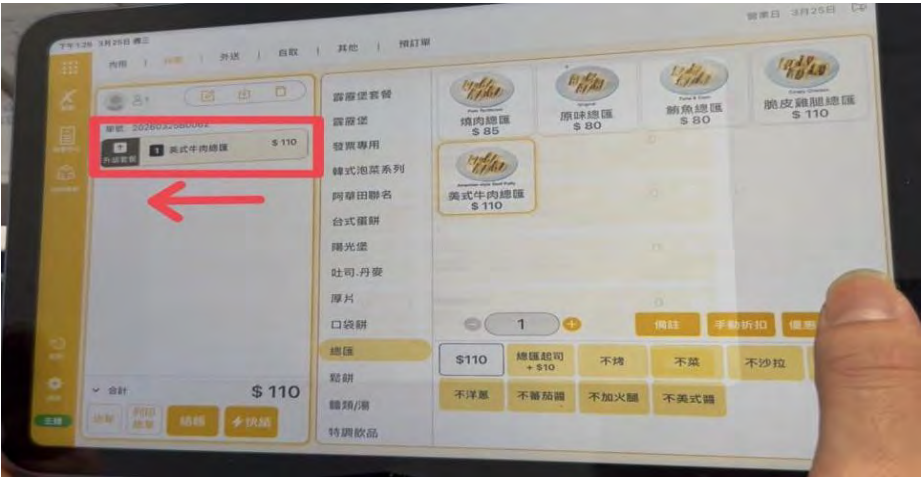


圖 37 將品項「左滑」刪除



圖 38 刪除訂單點選「垃圾桶」點選「確認」

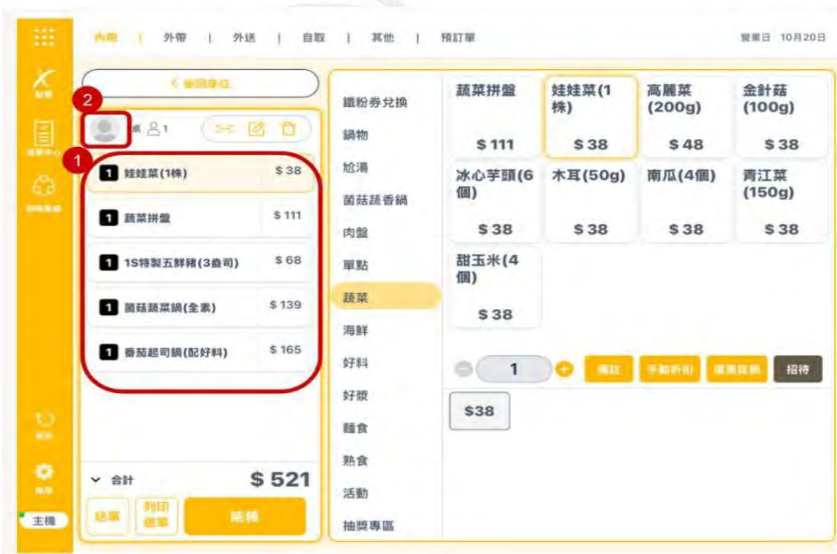


圖39. 確認餐點後，點選「灰色頭像」

3 Xurf 會員 非會員

會員

4 請輸入會員手機號碼查詢

查詢

1 姓名

2 手機

會員載具

3 電話

請輸入電話

4 地址

請輸入地址

預定日期 (預設為此值)

2025-10-20,14:40

備註

請輸入備註

取消 確定

圖40 點選「Xurf 會員」查詢後，手動或是掃描輸入會員資料

Order Information (訂單資訊)

Member (會員) | Non-Member (非會員)

5

6

7

7

圖

[illegible]

圖42 成功加入會員後，灰頭像會顯示會員名字的第一個字並且得到點數(配合店家活動)



圖43 結帳支付選擇

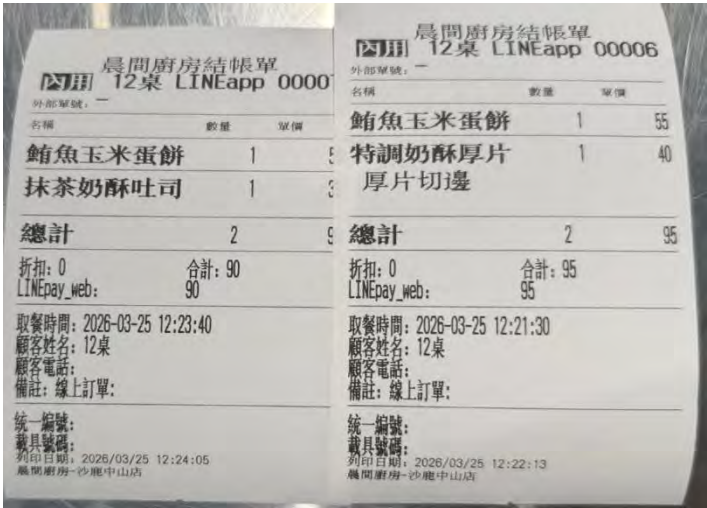


圖44 小白單畫面

(一)、內用、外帶和外送:

POS 系統已經進行了分類，讓按鍵更易於尋找，無論是內用、外帶還是外送，介面與功用大多都是相同的，只有各自的功能用途有所不同。例如要找外帶單，可以直接進入外帶介面。但是外送以及線上外帶的接單部分多了一個動作:需要去接單頁面確認是否接單以及餐點是否完成。



圖45 線上接單畫面(客人送單時會有提示音)



圖46 線上-接單功能



圖48 點選「結帳」



圖49 選擇支付方式

(二)、手動折扣、優惠促銷與自動折扣:

在點選完商品後，若需要進行折扣或是優惠時，點選下方相對應的按鍵，畫面就會跳出系統已設定過的折扣模式，並且點選所需優惠(例如:95折、85折...等)再點選確認，確認總金額是否正確後就可前往結帳步驟，完成最後結帳。

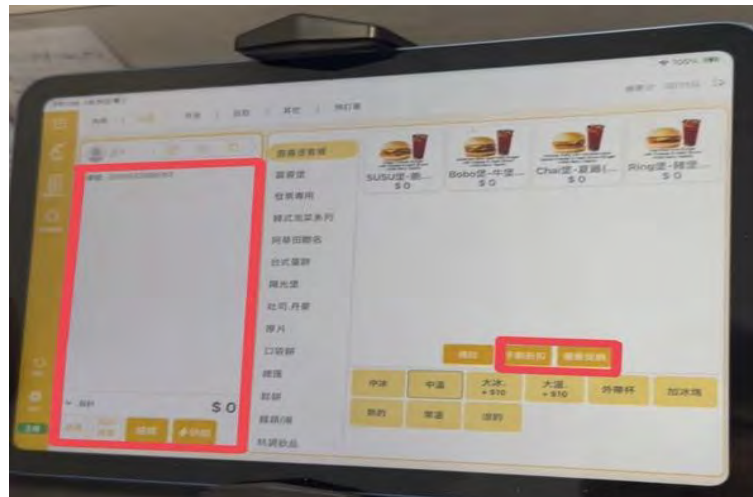


圖50 點選優惠促銷



圖51 選擇優惠促銷活動

(三)、招待:

在POS系統中雖設有「招待」功能，可供店家進行免費或優惠處理，但實際上店家認為操作上較為麻煩，因此多半選擇不使用該功能。由於店內招待多以飲料為主，金額相對較低，店家通常會直接不將該品項輸入系統，而以人工方式處理，反映出在實務營運中，員工更傾向選擇操作簡便的方式，亦顯示系統功能在使用情境與便利性設計上仍有調整空間。

(四)、查看即時數據:

透過POS系統中的「即時業績」功能，店家能夠即時掌握多面向的營運資訊，包含不同時間區間之營收表現、顧客支付方式以及用餐型態等，作為日常營運監控與決策的重要依據。同時，系統亦提供多項細部分析功能，使店家能更全面掌握銷售狀況與經營成效，提升管理效率與數據應用能力。其主要功能可提供以下資訊；

- 1、時間性業績分析:可查看今日、昨日、本週與上週營收，了解營收變化趨勢與目標達成情形。
- 2、支付方式分析:顯示各支付工具之收款金額，掌握顧客偏好與金流結構。
- 3、用餐方式分析:區分內用、外帶及未結帳訂單金額，了解消費型態與尖峰狀況。
- 4、商品銷售分析:提供本日熱銷商品前十名（依金額或數量），協助辨識主力商品。
- 5、月度業績分析:呈現整月營運表現，掌握長期經營趨勢與整體績效。

*但因為數據資料涉及店家隱私不方便透露，因此我們使用雲悅科技官方網站的示意圖來作為展示。





圖53 查看近期業績表現



圖54 查看更多分類表現以及餐點排名

(五)、關帳/小結:

POS 系統提供完整的交班與關帳功能，協助門市進行每日營運結束與班別交接作業。透過系統化流程，店家可確保各班別之營運數據、來客資訊與銷售紀錄正確交接，同時完成每日帳務結算與資料保存，提升管理效率與帳務準確性。

*但因為數據資料涉及店家隱私不方便透露，因此我們使用雲悅科技官方網站的示意圖來作為展示。

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例



圖55 關帳/小結頁面



圖56 關帳前信用卡清帳



圖57 關帳資訊



圖58 關帳單預覽以及列印

(六)、總公司統一管理與門市同步更新機制:

本系統有集中式管理架構，可以由總公司統一負責菜單內容與優惠活動等資訊之維護與更新。當總公司於後台進行資料修改後，系統可即時將更新內容同步下發至各門市端使用。透過此機制，可確保各門市資訊一致性，避免因人工更新延遲或錯誤所造成之營運差異，同時提升整體管理效率與營運標準化程度。

(七)、POS 系統更新



圖59 POS 軟體更新

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例



圖60 確認POS 版本正確

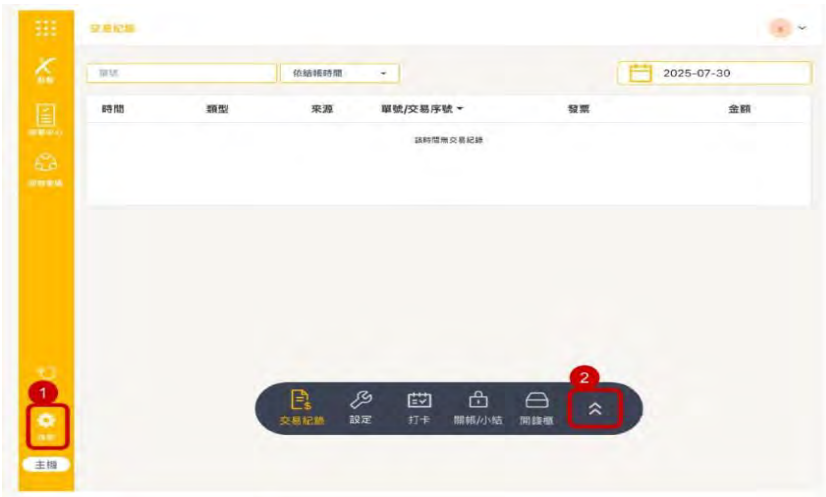


圖61 點選「進階」點選兩個「朝上箭頭」



圖62 點選「POS 資訊」

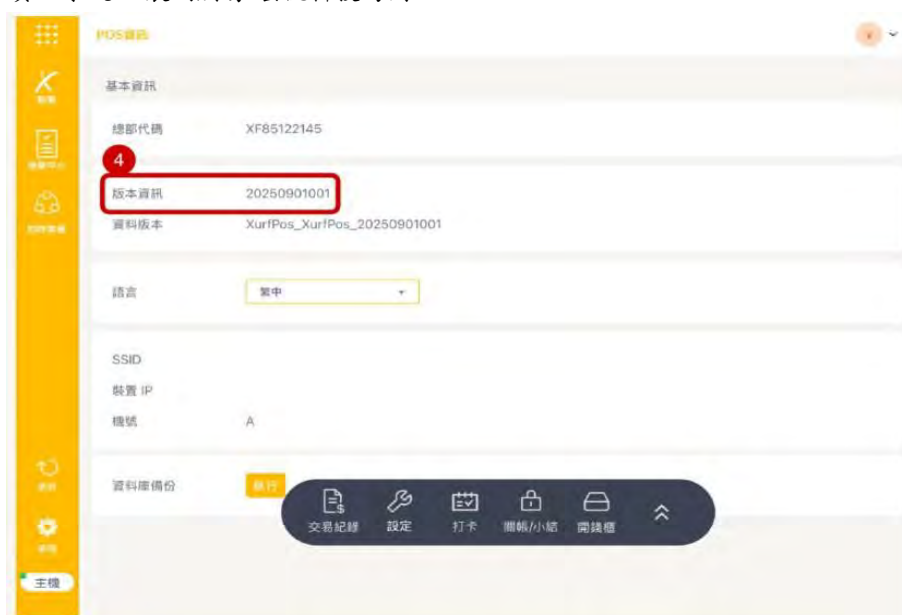


圖63 查看「版本資訊」，確認版本號是否與客服公告一致

四、晨間廚房POS 機的問題

(一)、當機處理:

當系統發生當機情況時，門市人員會先回報總公司負責人進行協助處理，同時現場立即改採人工紙筆方式進行點餐作業，以維持基本營運流程，而線上點餐功能則會暫時停止使用，以避免訂單混亂。此外，該系統並未具備離線操作功能，因此在系統異常期間無法透過備援系統持續運作，顯示其在系統穩定性與風險應變機制上仍有改善空間。

(二)、資料備份:

雖然POS系統本身具備雲端備份與資料儲存功能，但在實際營運中，店家並未直接使用系統內的備份機制作為主要記帳依據，而是透過將每日營運資料中關帳的資料列印後，另行使用其他記帳方式進行管理與紀錄。此作法顯示店家在實務操作上較依賴紙本與外部記帳工具，而非完全仰賴系統內建之資料管理功能，亦反映出系統功能與使用習慣之間仍存在落差。

(三)、庫存管理功能：

在庫存管理功能方面，根據本次訪談結果顯示，該店家屬於加盟體系且規模相對較小，雖然其POS系統具備庫存管理功能，但實際營運中並未加以運用。目前店內的庫存盤點仍主要依賴人工方式進行紀錄與計算，例如透過紙本或簡單表格手動登記進貨與銷售數量。此種方式雖具備操作簡單、彈性高的優點，但也容易因人為疏失而產生誤差，且在資料整理與查詢上較為耗時，無法即時掌握庫存狀況。

(四)、員工在使用上遇到的問題:

店家認為在使用POS 系統過程中，主要面臨外送平台串接不穩定的問題，系統在大量接收外送訂單時常需等待數分鐘進行資料同步，影響整體操作流暢度。推測是系統與外送平台之間的串接穩定性不足，導致訂單同步速度較慢，特別是在高峰時段容易出現延遲或卡頓情形，甚至發生訂單未即時顯示的狀況，進而增加人工確認的負擔。上述問題在營業尖峰期間尤為明顯，不僅提升漏單風險，也降低服務效率，使顧客等待時間延長，影響整體滿意度。整體而言，外送平台串接穩定性不足已成為影響晨間廚房營運效率與服務品質的重要因素。

五、晨間廚房POS 系統延伸功能

除了門市人員實際操作之 POS 功能外，整體系統實際上具備相當多元且完整之功能架構，並不僅限於店家實際使用功能。為更全面了解其系統設計，本研究將參考晨間廚房所使用之系統供應商雲悅科技官方資料，進一步說明其相關功能模組與應用內容。

1、訂金操作流程

沖銷 餐 時 前 付
消費 務管 消費 務 升
率 操作 需 行 繫

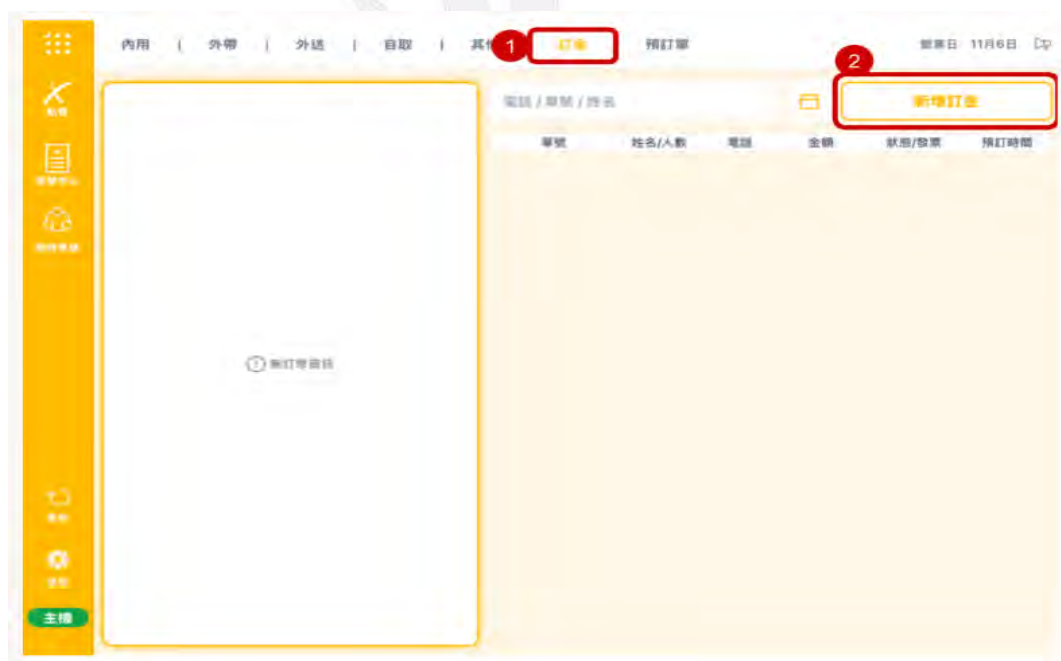


圖64 點選「訂金沖銷」接著點選「新增訂金」

內用 | 外帶 | 外送 | 自取 | 其他 | 訂金 | 預訂單

會員 | 非會員

姓名 | 手機

電話

預訂日期

人數 | 統編

訂金收款

備註

取消 | 儲存

圖65「會員」使用訂金付款時流程

內用 | 外帶 | 外送 | 自取 | 其他 | 訂金 | 預訂單

Xurf 會員 | 非會員

姓名

電話

預訂日期

人數 | 統編

訂金收款

備註

取消 | 儲存

圖66「非會員」使用訂金付款時流程

內用 | 外帶 | 外送 | 自取 | 其他 | 訂金 | 預訂單

電話 / 單號 / 姓名

單號	姓名/人數	電話	金額	狀態/發票	預訂時間
20251106A0002	K先生 3人	0981954799	\$1000	未付款	11-06 19:20

合計 \$1000

取消 | 結帳

圖67點選「該筆訂金」接著點選「結帳」



圖68 正常結帳流程

2、商品與註記停售

雖然晨間廚房的店家是由總公司統一更正修改菜單資訊，但若是本身為自營店的店家可以透過此功能來關閉某些產品避免讓客人點選店家未提供的餐飲，造成流程上的複雜度。

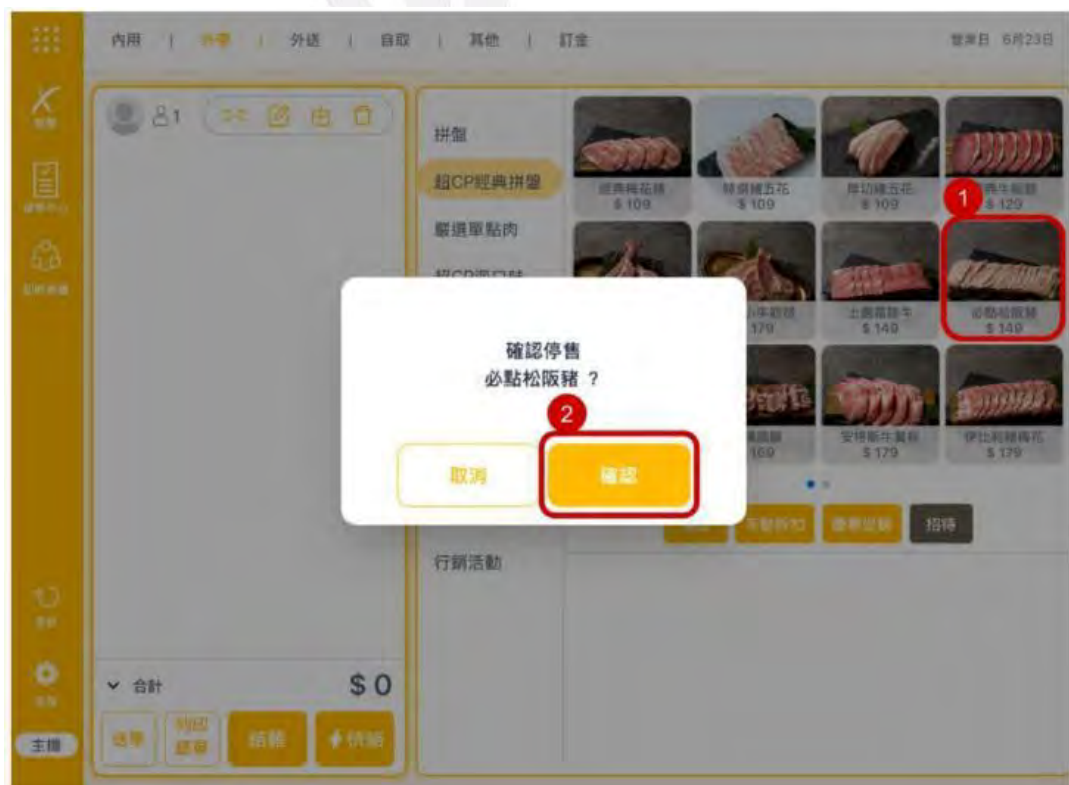


圖 69「長按」需停售商品再點選「確認」



圖70 商品停售完成

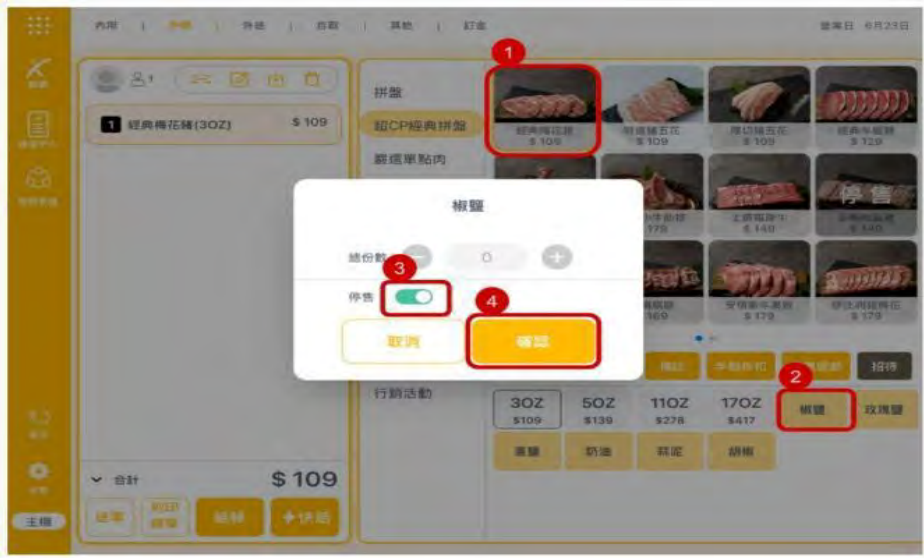


圖71 商品註記停售流程



圖72 商品註記停售流程完成

3、優惠券核銷操作



圖73 會員優惠券核銷—現金券核銷

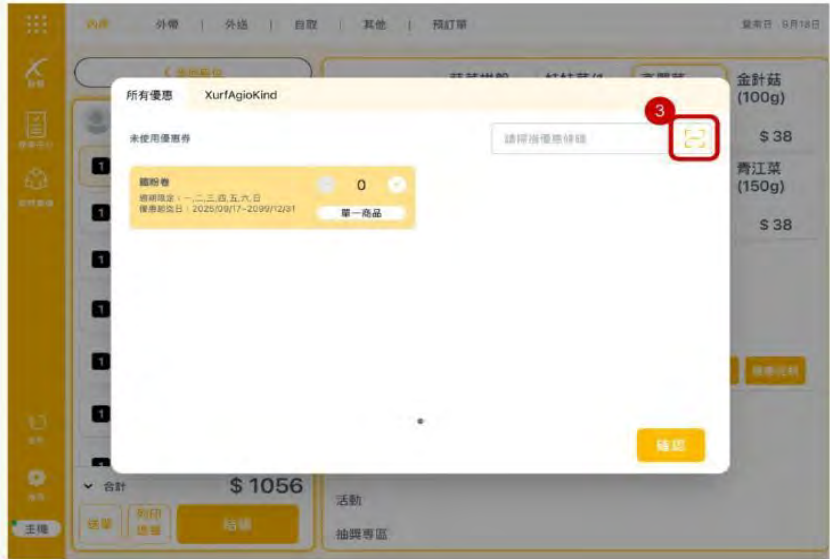


圖74 使用「平板」掃碼可點選此圖示

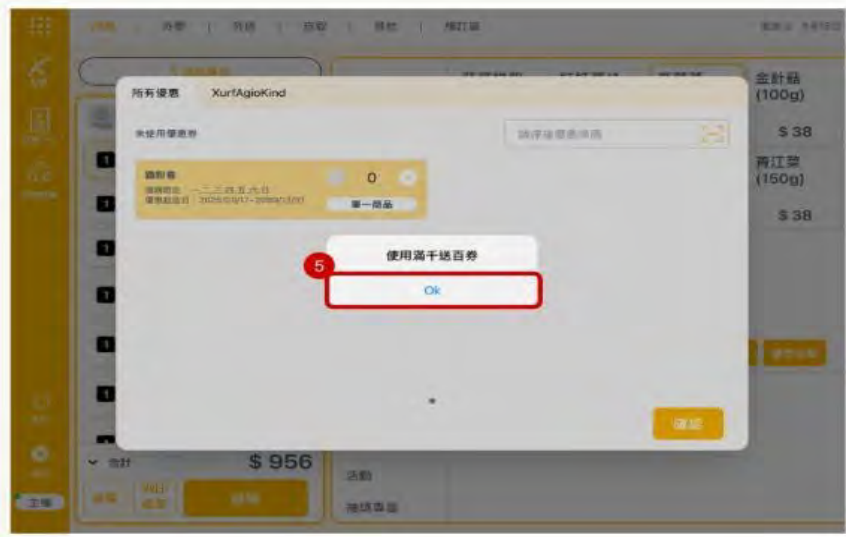


圖75 核銷成功後圖片



圖76 核銷成功會在結帳時自動帶入優惠折扣

4、會員優惠券核銷—商品兌換核銷



圖77 商品兌換需點選到該商品



圖78 商品兌換卷核銷



圖79 產品核銷完成畫面

5、單據列印種類介紹



圖80 送單介紹-列印「結帳單、貼紙及廚房單」



圖81 列印總單流程



圖82 點選「進階」再點選需「補印明細」之訂單

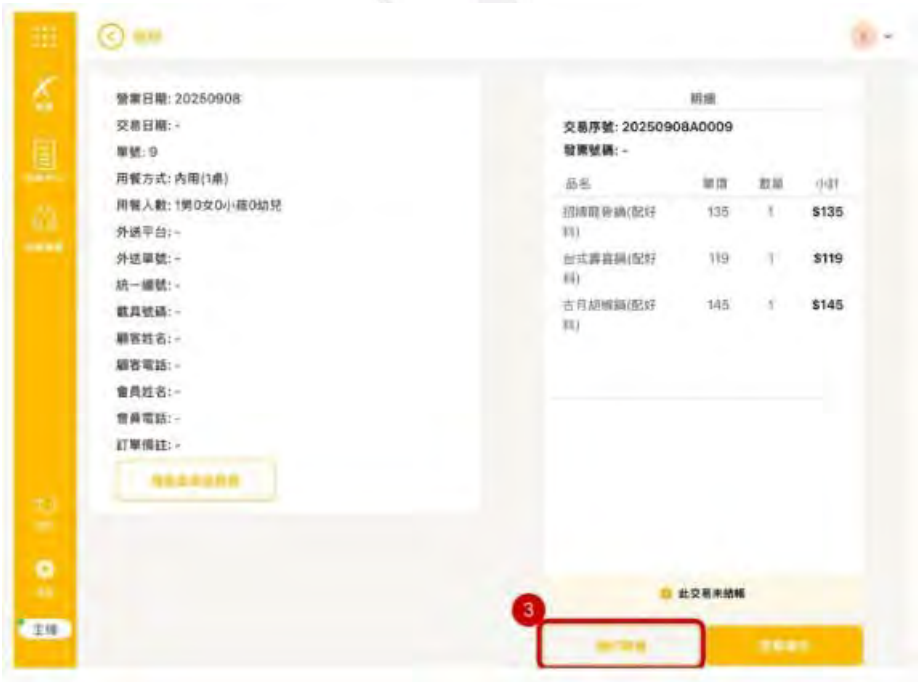


圖83 點選「補印單據」

6、發票相關操作流程

受訪店家為免使用發票之店家因此該功能就並未使用到，但一般店家在使用時就會有相關操作的需求。

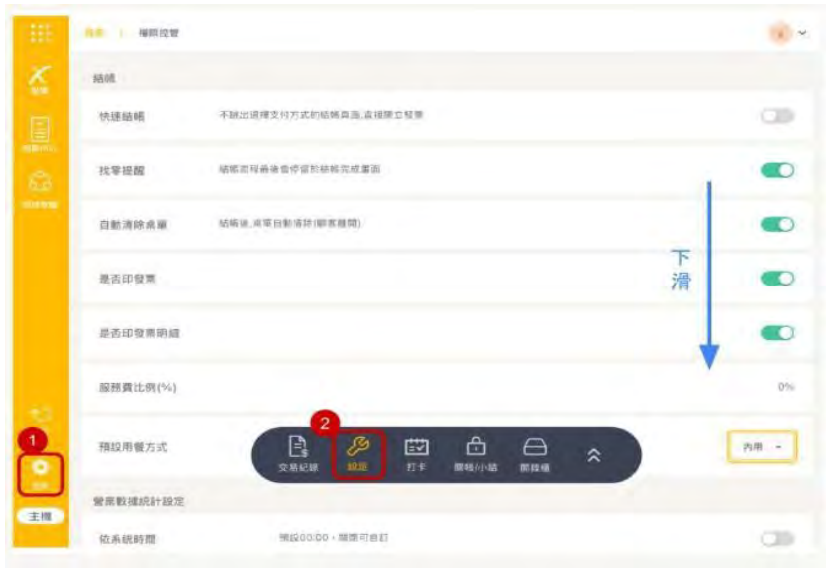


圖84 電子發票啟用，點選「進階」再點選「設定」

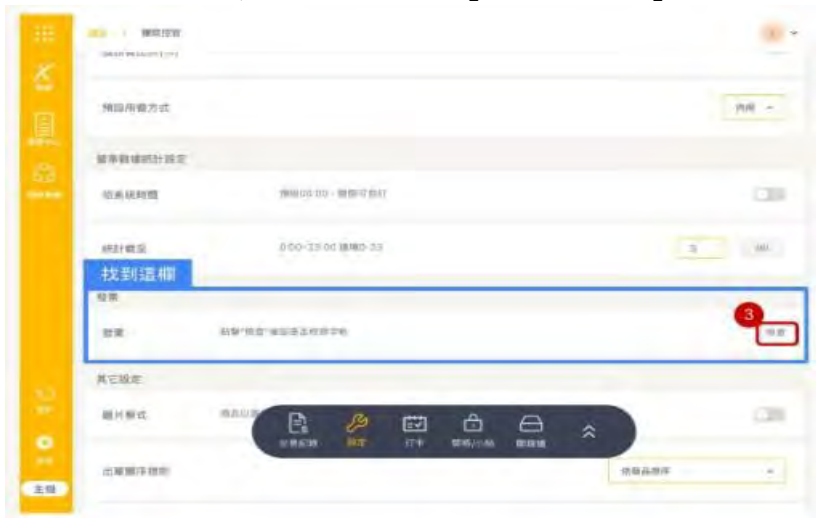


圖85 電子發票點選「檢查」



圖86 點選「OK」

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例



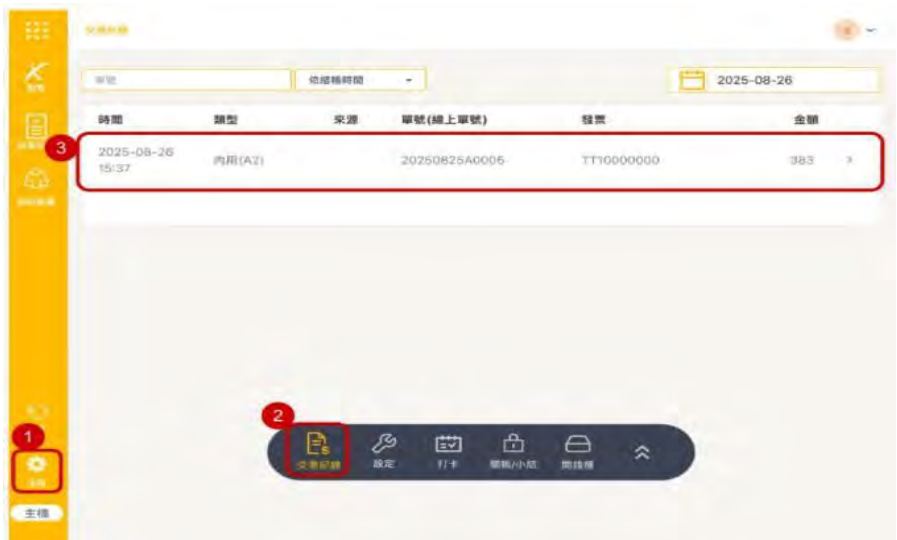


圖90 發票作廢流程

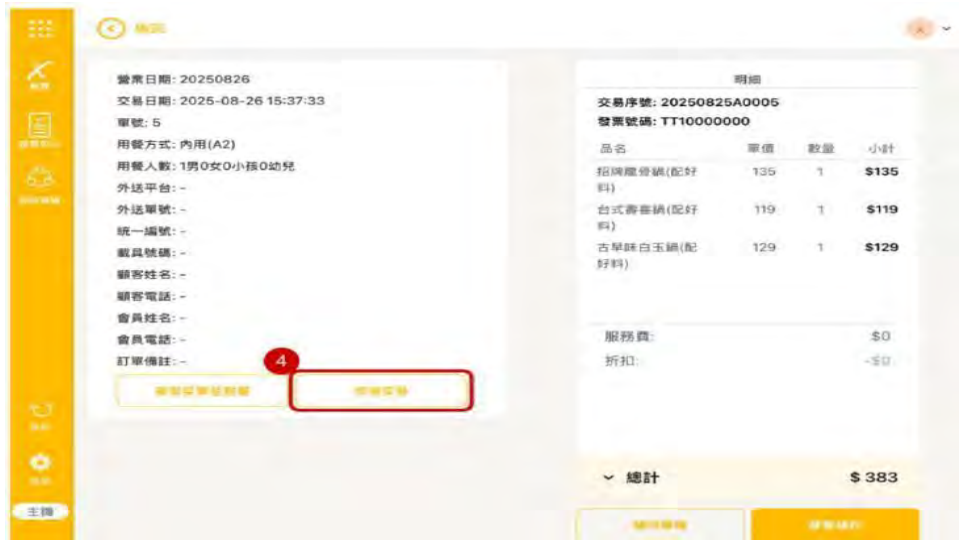


圖91 點選「作廢交易」

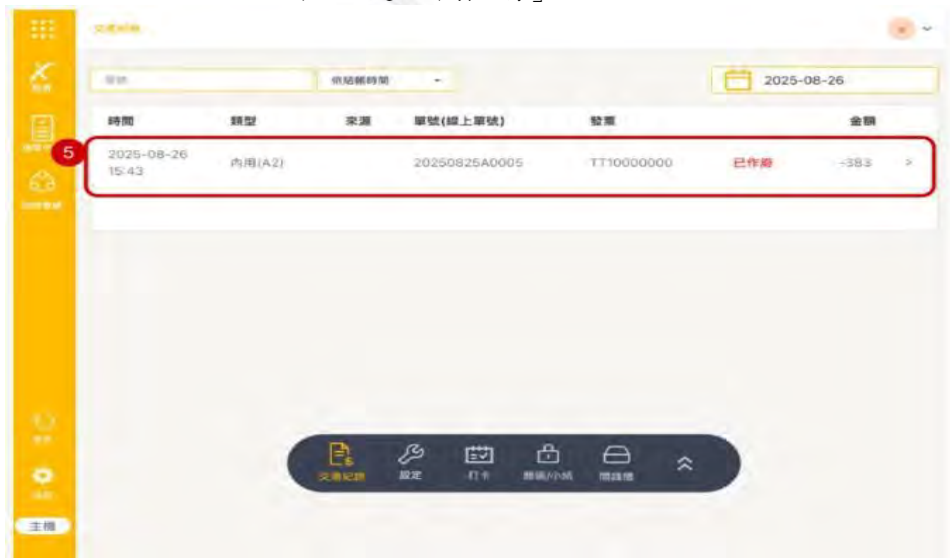


圖92 作廢後此交易狀態會更改為「已作廢」

7、進階功能相關介紹設置



圖93 進階功能-交易紀錄流程

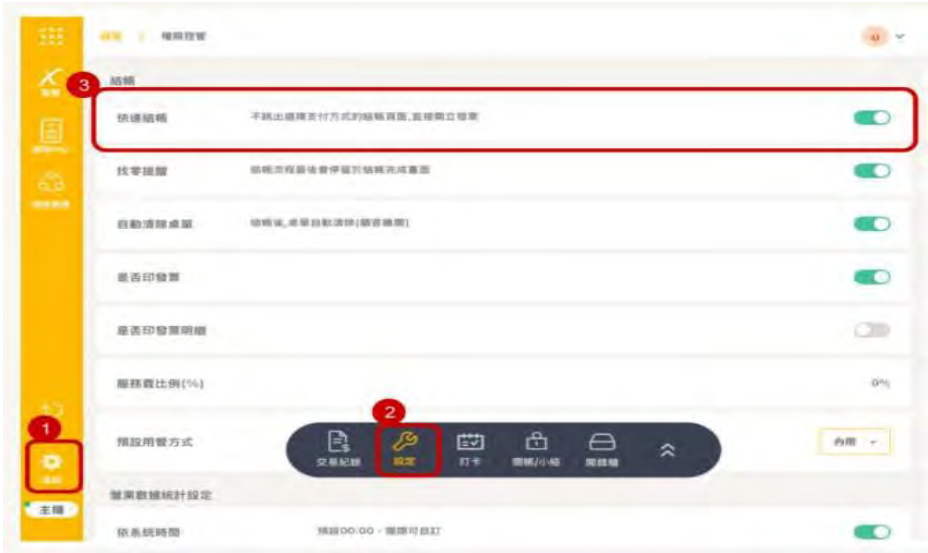


圖94 【進階功能-設定】快速結帳流程



圖95 【進階功能-設定】快速結帳(開啟狀態)



圖96 【進階功能-設定】快速結帳(關閉狀態)



圖97 【進階功能-設定】找零提醒(開啟時按鍵為綠色反之為灰色)



圖98 【進階功能-設定】找零提醒開啟狀態畫面

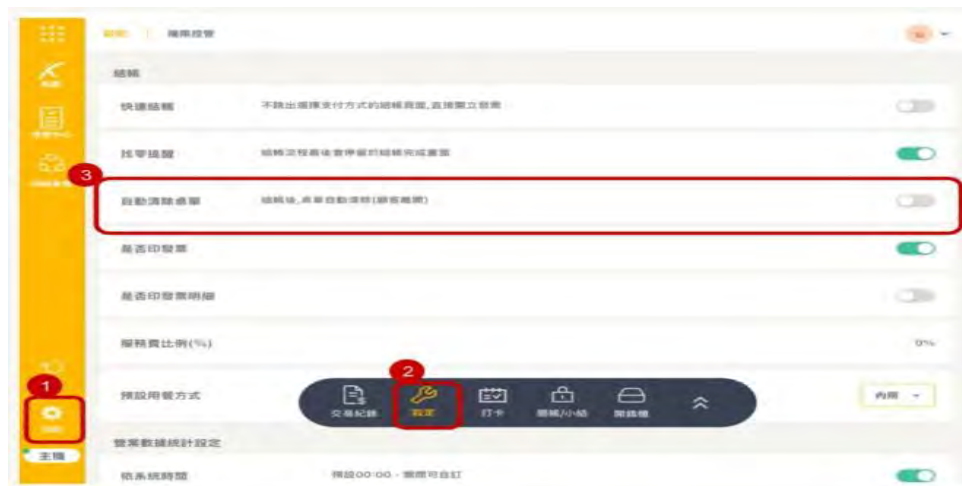


圖99 【進階功能-設定】自動清除桌單



*此為自動清除桌單關閉狀態結帳後，桌單會停留於桌位上不會自動清除需手動按顧客離開，若功能「開啟」則會於結帳後自動清除桌單。



圖101 【進階功能-設定】是否列印發票

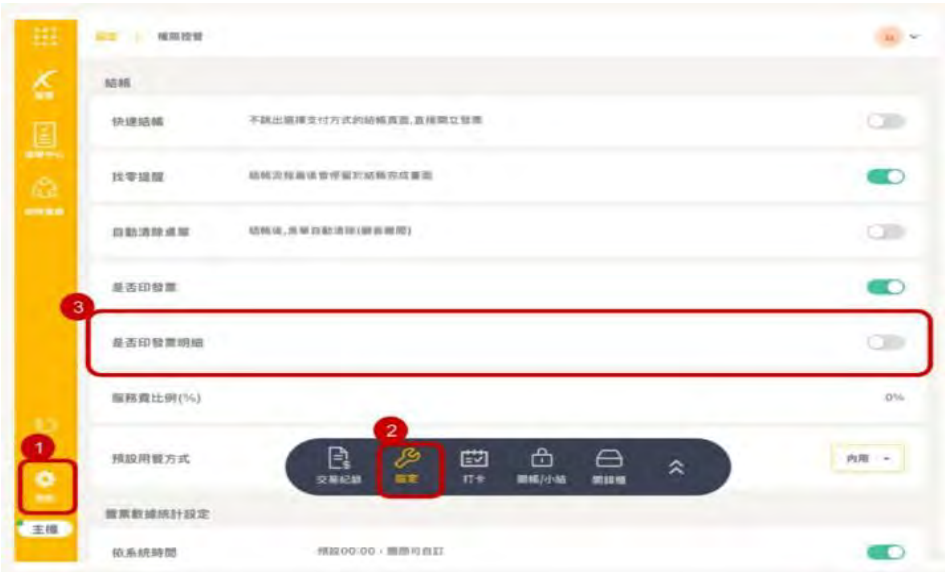


圖102 【進階功能-設定】是否列印發票明細



圖103 【進階功能-設定】服務費比例



圖104 【進階功能-設定】預設用餐方式



圖105 【進階功能-設定】營業數據統計／依系統時間



圖106 【進階功能-設定】營業數據統計／統計截止時間



圖107 【進階功能-設定】出單／出單順序規則

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

*依點擊商品:依在POS 點擊商品的順序出單/依商品排序:依商品在後台建置的排序出單



單 印 單 單 列 單 列 內
*結帳後列印 掃 餐 付 單 單 列 單 列 內
用掃碼點餐已付款訂單的結帳單，於接單後列印



圖109 【進階功能-設定】出單／結帳單字體設定



圖110 【進階功能-設定】出單／廚房單字體設定



圖111 【進階功能-設定】出單／Foodpanda 塑膠袋品項列印設定



圖112 【進階功能-設定】出單／套餐名稱列印設定

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例



圖113 【進階功能-設定】其他／圖片模式

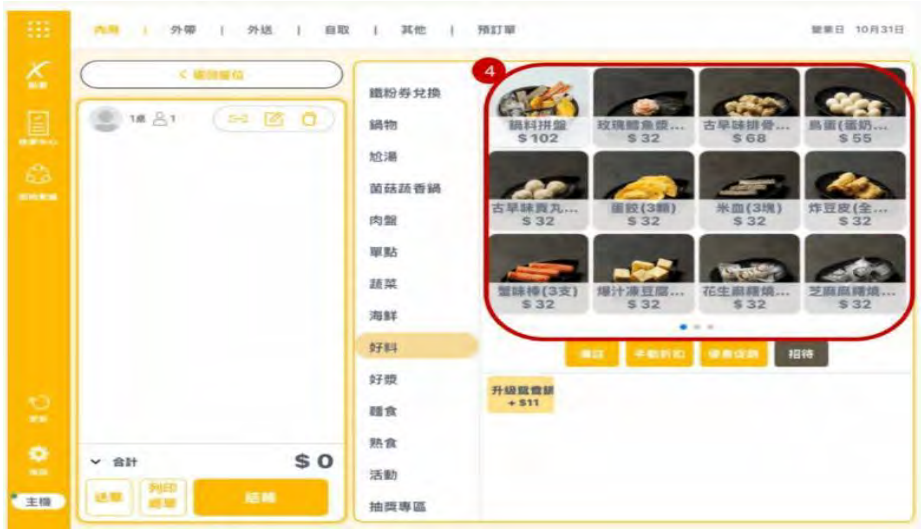


圖114 【進階功能-設定】其他／圖片模式(開啟狀態)

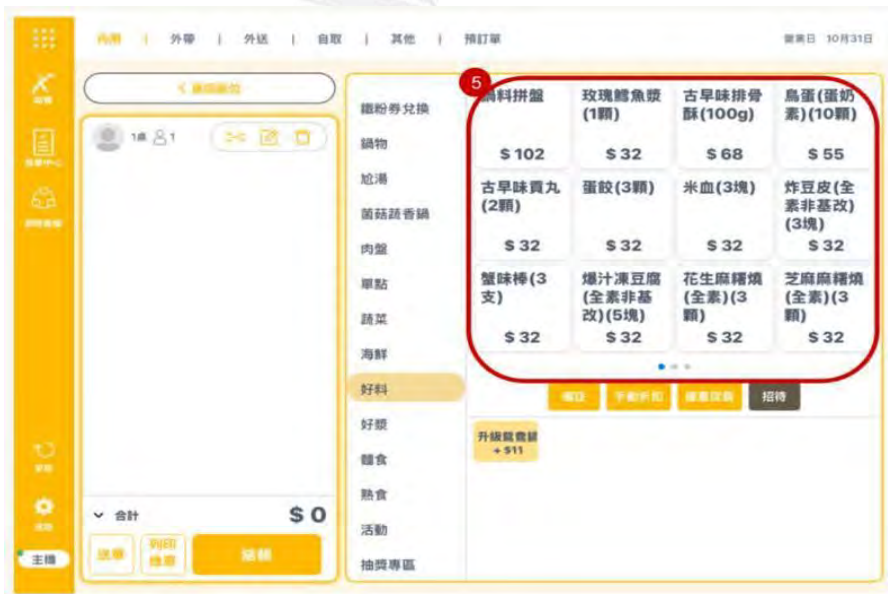


圖115 【進階功能-設定】其他／圖片模式(關閉狀態)

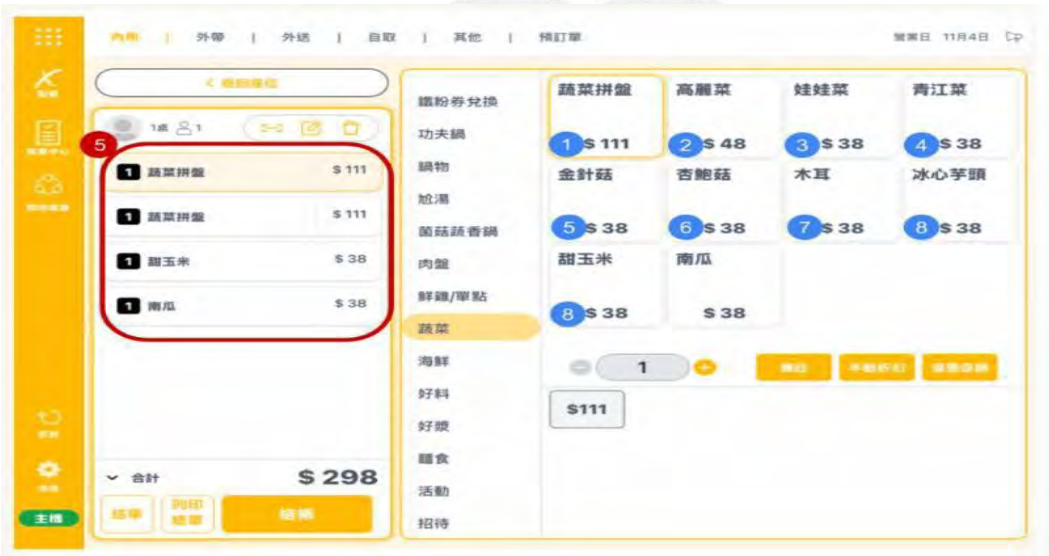
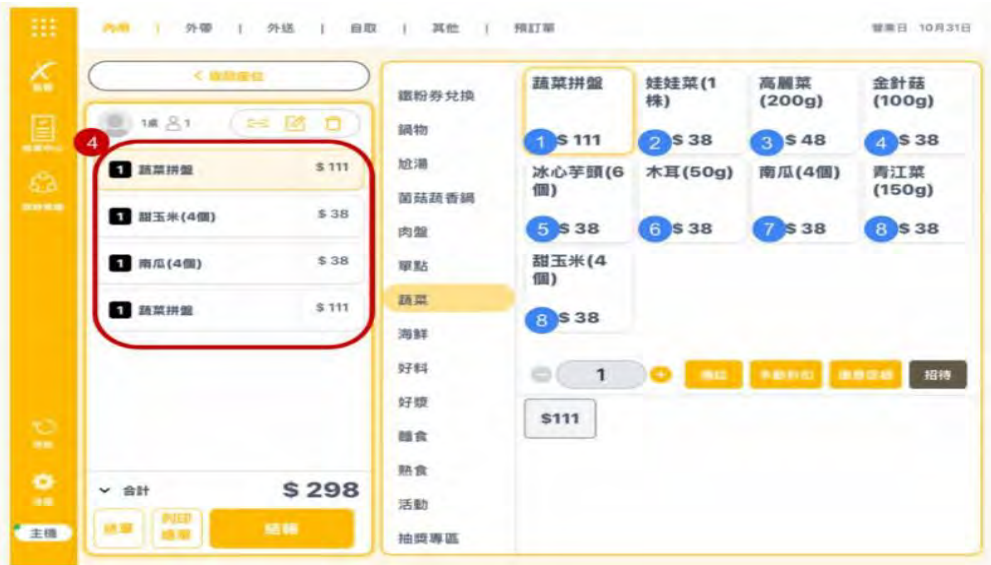
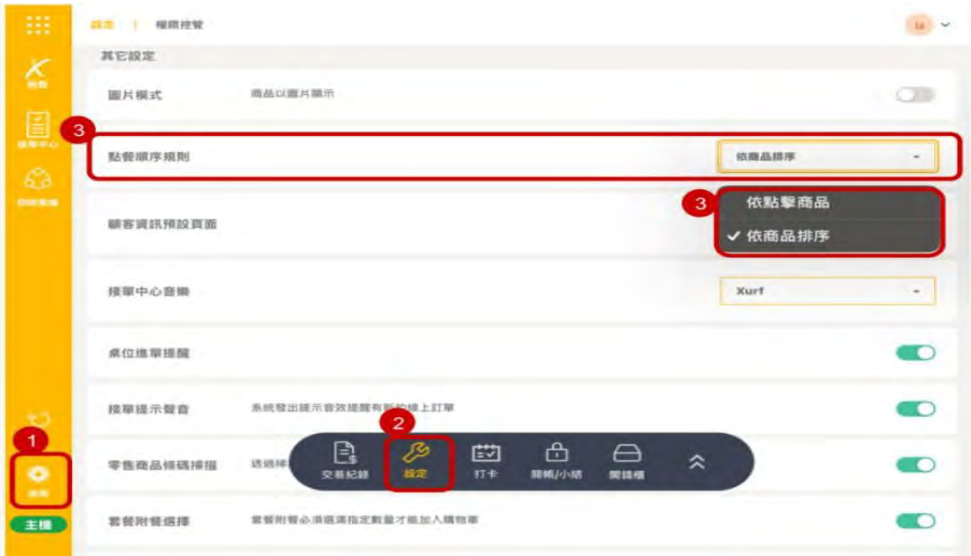




圖119 【進階功能-設定】其他／顧客資訊預設頁面

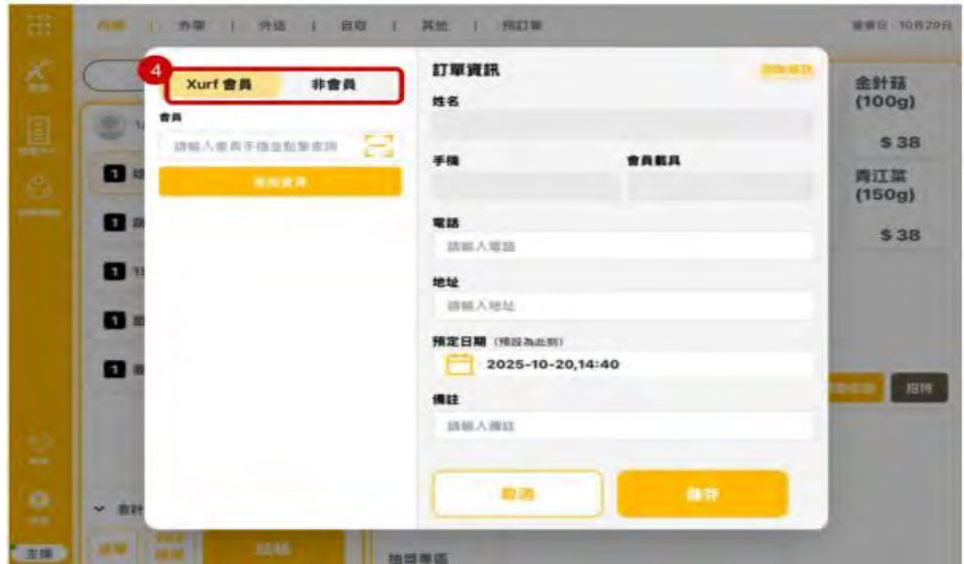


圖120 【進階功能-設定】其他／顧客資訊預設頁面(Xurf 會員)



圖121 【進階功能-設定】其他／顧客資訊預設頁面(非會員)

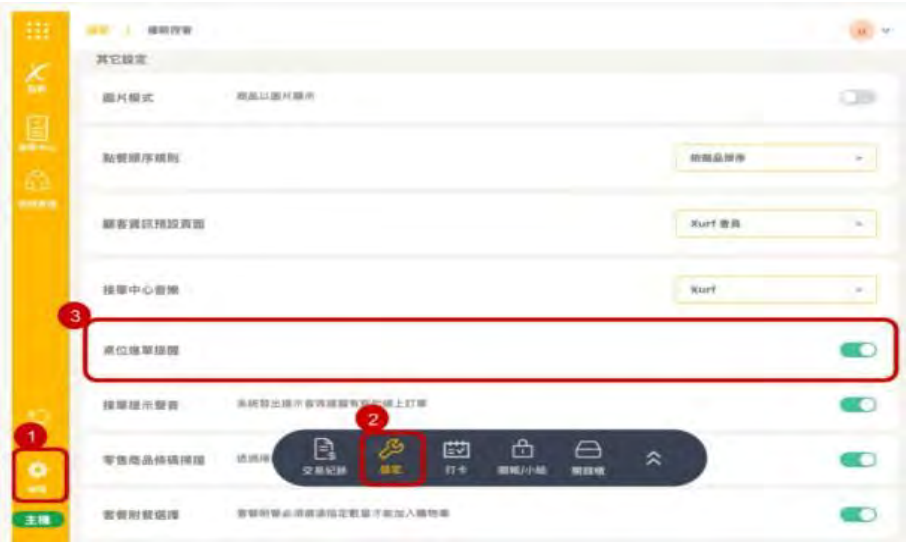


圖122 【進階功能-設定】其他／桌面進單提醒



圖123 【進階功能-設定】其他／桌面進單提醒

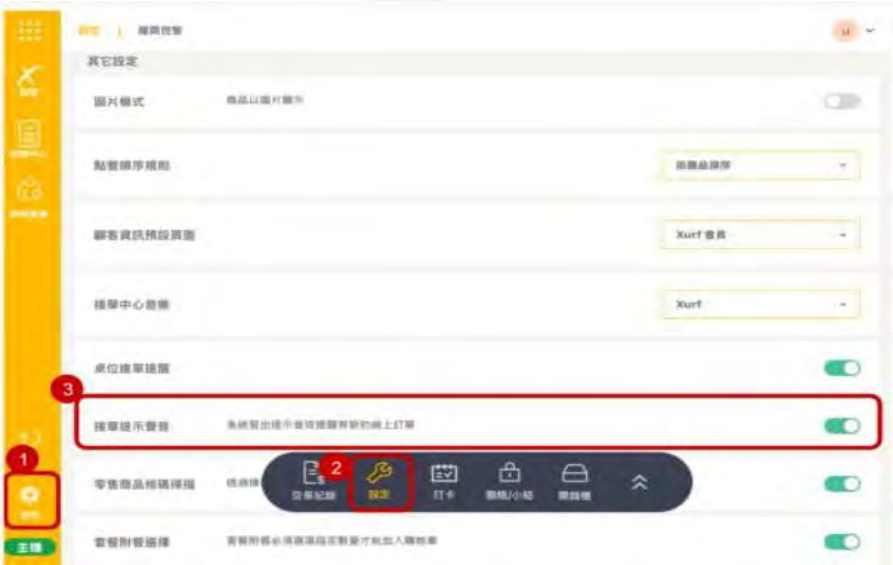


圖124 【進階功能-設定】其他／接單提示聲音提醒



圖125 【進階功能-設定】其他／零售商品條碼掃描



圖126 【進階功能-設定】其他／零售商品條碼掃2

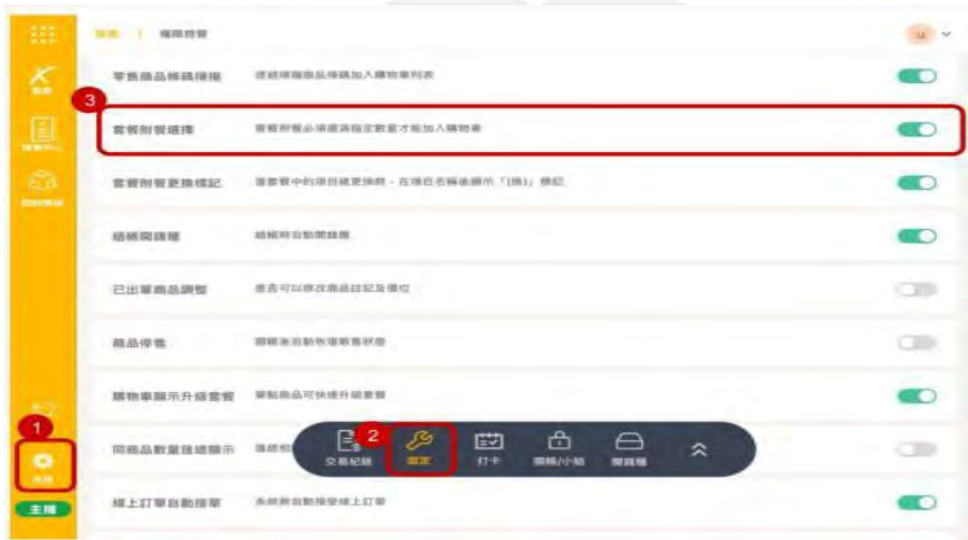


圖127 【進階功能-設定】其他／套餐附餐選擇

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

*套餐附餐選擇開啟:開啟後，套餐附餐需選滿指定數量才能加入購物車，若關閉此功能則無需選滿商品。



圖128 【進階功能-設定】其他／套餐附餐更換標記



圖129 【進階功能-設定】其他／套餐附餐更換標記2



圖130 【進階功能-設定】其他／結帳開錢櫃

*結帳錢櫃開啟:開啟後，結帳後會自動開啟錢櫃。



圖131 【進階功能-設定】其他／已出單商品調整



圖132 【進階功能-設定】其他／已出單商品調整 2



圖133 【進階功能-設定】其他／商品停售

* 商品停售開啟:關帳後再開班，商品會自動恢復販售狀態。商品停售關閉:關帳後再開班，商品不會自動恢復販售狀態。



圖134 【進階功能-設定】其他／購物車顯示升級套餐



圖135 【進階功能-設定】其他／購物車顯示升級套餐(開啟狀態)



圖136 【進階功能-設定】其他／購物車顯示升級套餐(開啟狀態)2



圖137 【進階功能-設定】其他／購物車顯示升級套餐(關閉狀態)

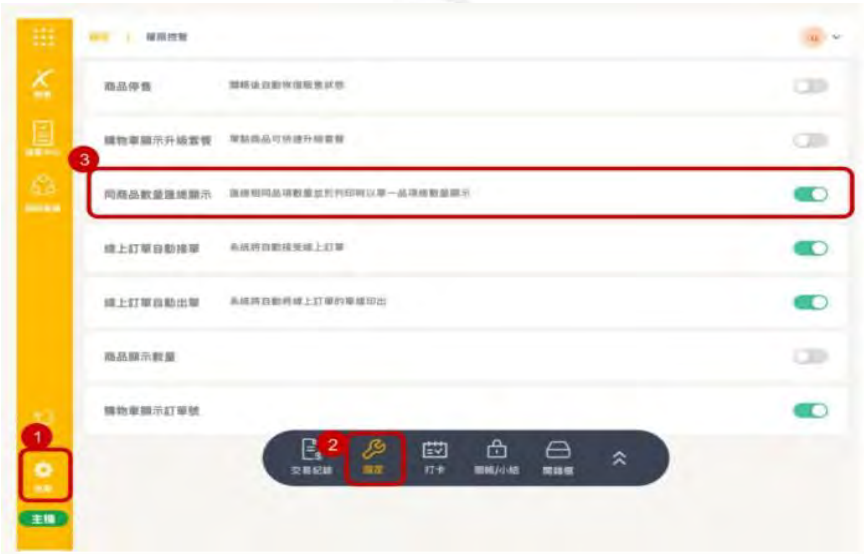


圖138 【進階功能-設定】其他／同商品數量匯總顯示



圖139 【進階功能-設定】其他／同商品數量匯總顯示(開啟狀態)



圖140 【進階功能-設定】其他／同商品數量匯總顯示(關閉狀態)2



圖141 【進階功能-設定】其他／線上訂單自動接单

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

*線上訂單自動接單開啟:線上點餐(內用、外帶、外送、宅配、Foodpanda、Uber Eats)會自動接單、線上訂單自動接單關閉:線上點餐(內用、外帶、外送、宅配、Foodpanda、Uber Eats)需自行手動接單。

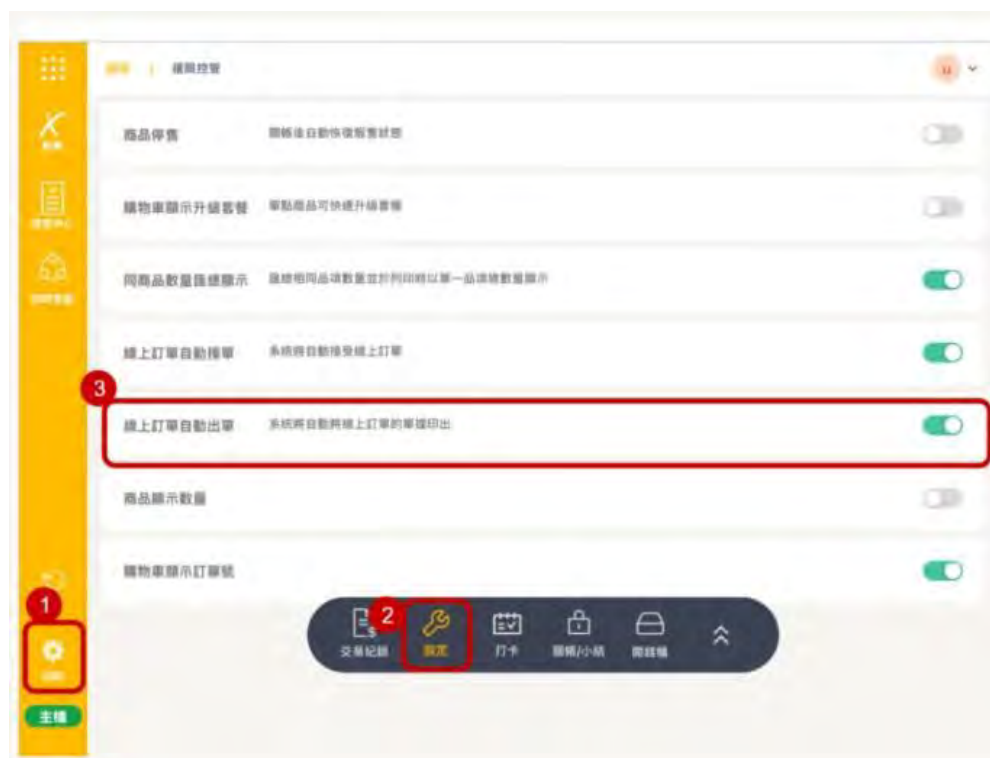


圖142 【進階功能-設定】其他／線上訂單自動出單2

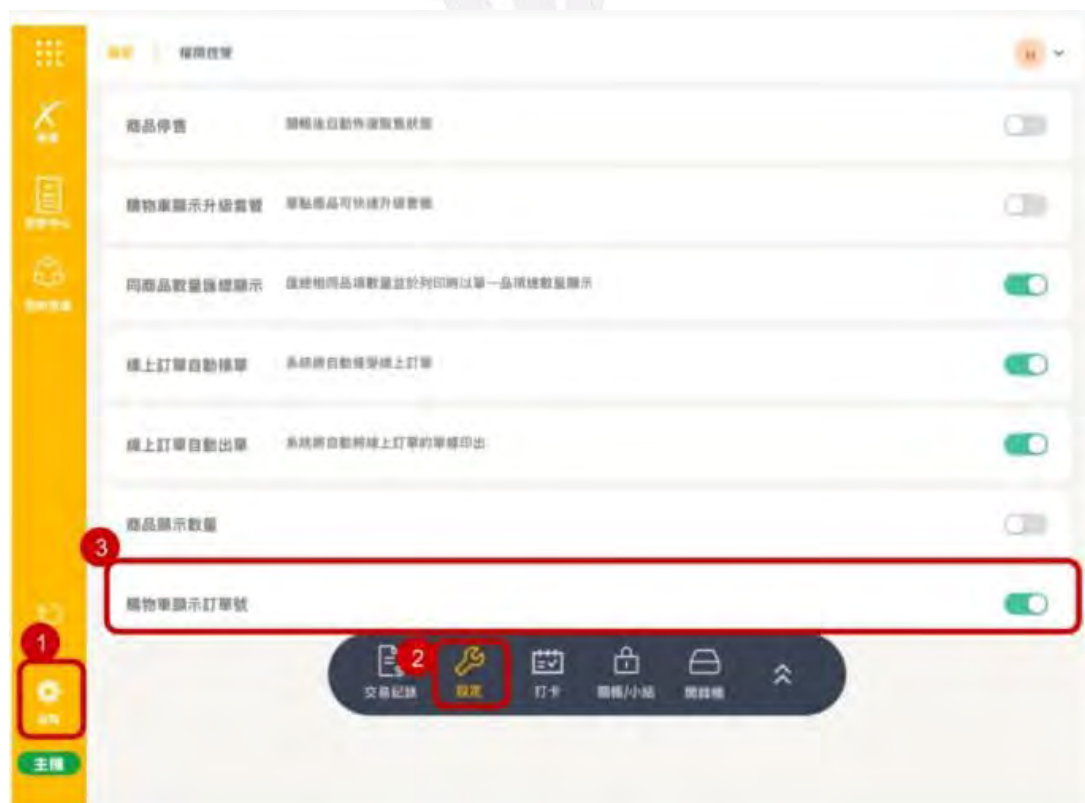


圖143 【進階功能-設定】其他／購物車顯示訂單號

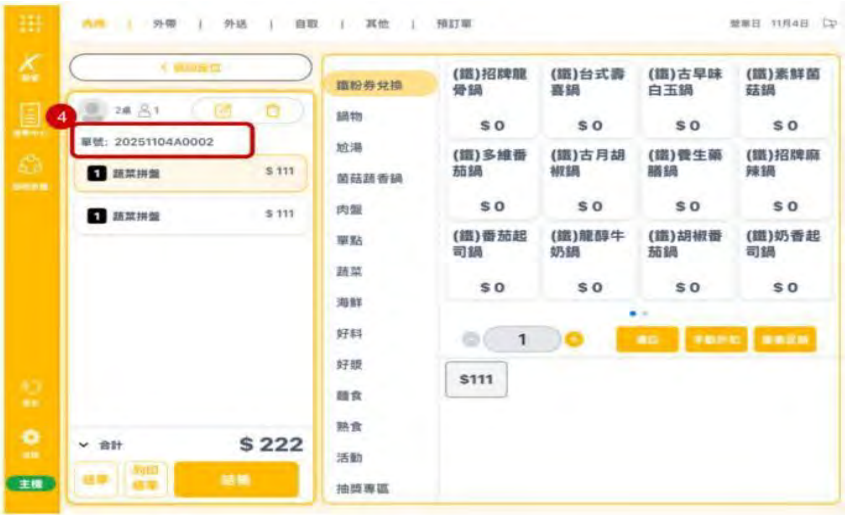


圖144 【進階功能-設定】其他／購物車顯示訂單號

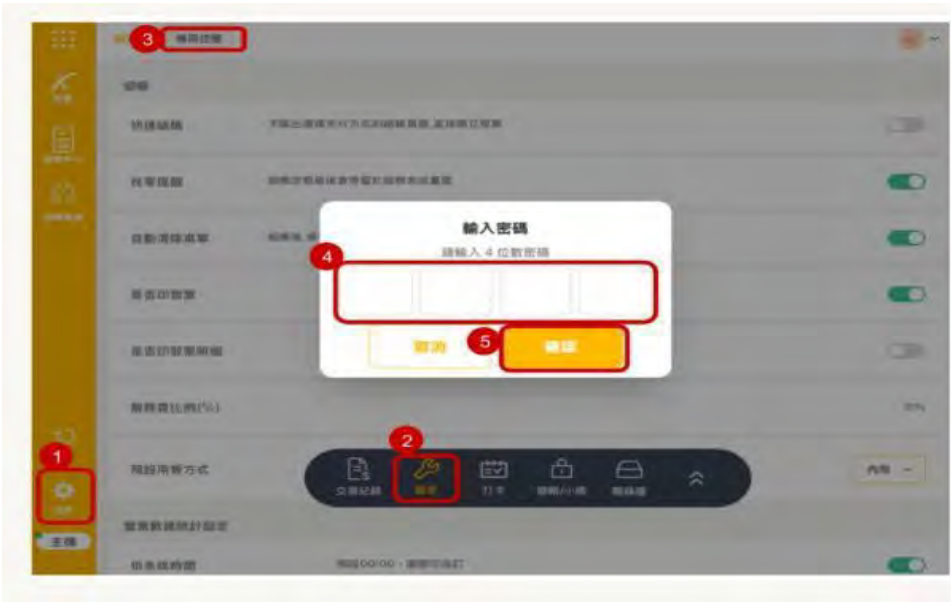


圖145 【進階功能-權限控管】設定



圖146 【進階功能-權限控管】招待(開啟狀態)



圖147 【進階功能-權限控管】招待(開啟狀態)2



圖148 【進階功能-權限控管】招待(關閉狀態)



圖149 【進階功能-權限控管】刪單(開啟狀態)



圖150 【進階功能-權限控管】刪單(開啟狀態)2



圖151 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(開啟狀態)



圖152 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(開啟狀態)2



圖153 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(開啟狀態)3



圖154 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(開啟狀態)4



圖155 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(關閉狀態)

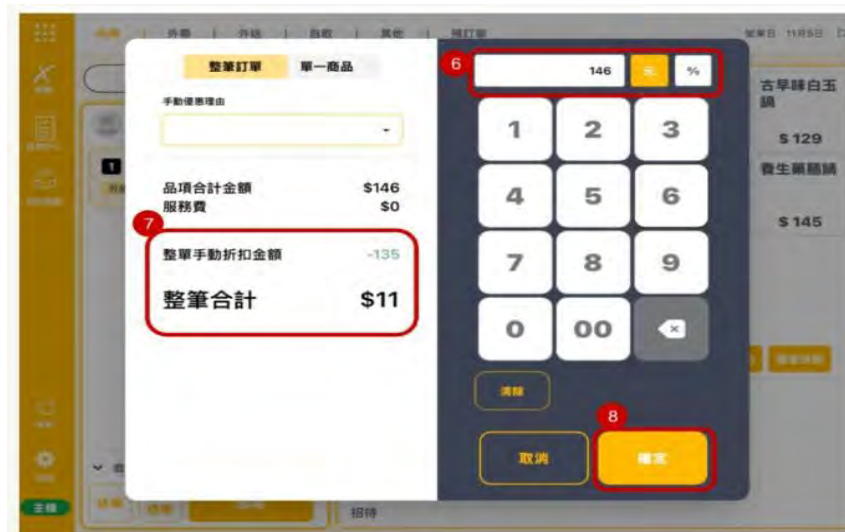


圖156 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(關閉狀態)2



圖157 【進階功能-權限控管】優惠折扣包含商品註記(關閉狀態)3

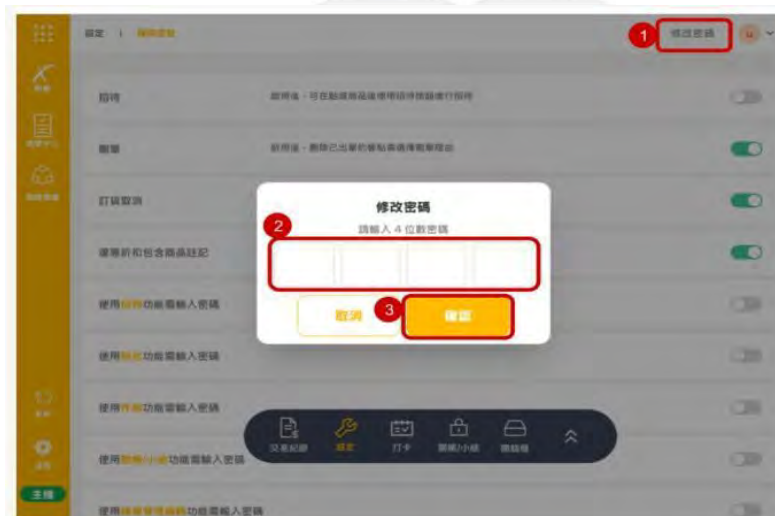


圖158 【進階功能-權限控管】修改密碼

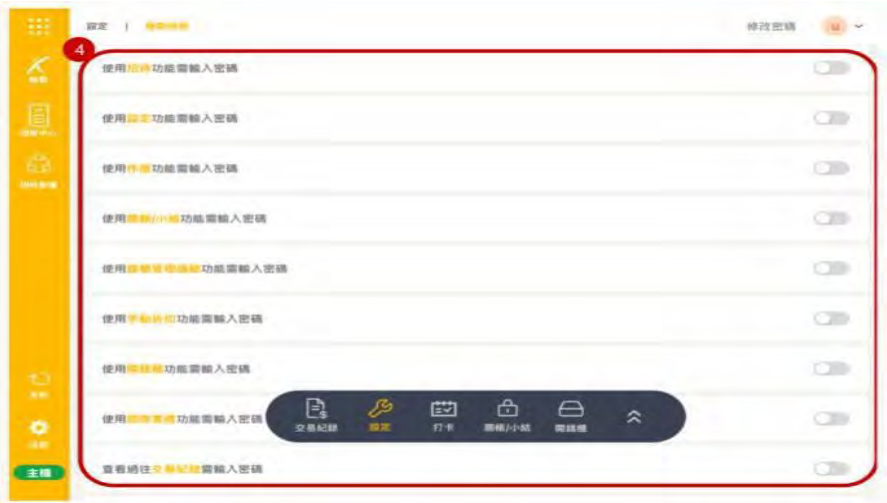


圖159 【進階功能-權限控管】修改密碼2

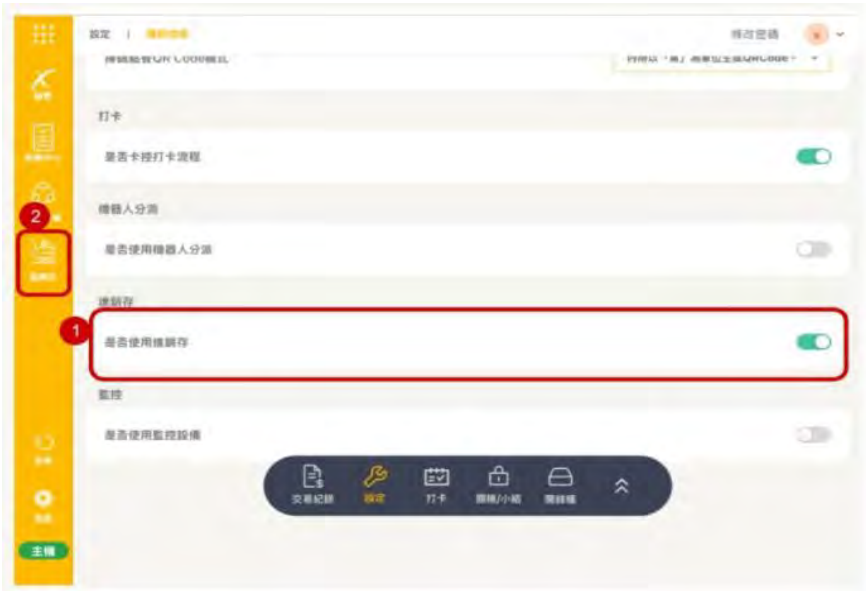


圖160 【進階功能-權限控管】是否使用進銷存



圖161 【進階功能-權限控管】是否使用進銷存 2



圖162 【進階功能-打卡】



圖163 【進階功能-打卡】打卡操作



圖164 【進階功能-打卡】打卡操作2



圖165 【進階功能-打卡】打卡操作3



圖166 【進階功能-打卡】打卡紀錄



圖167 【進階功能-打卡】打卡紀錄2

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例



圖168 【進階功能-打卡】打卡紀錄3



圖169 【進階功能-關帳/小結】查看紀錄/補印

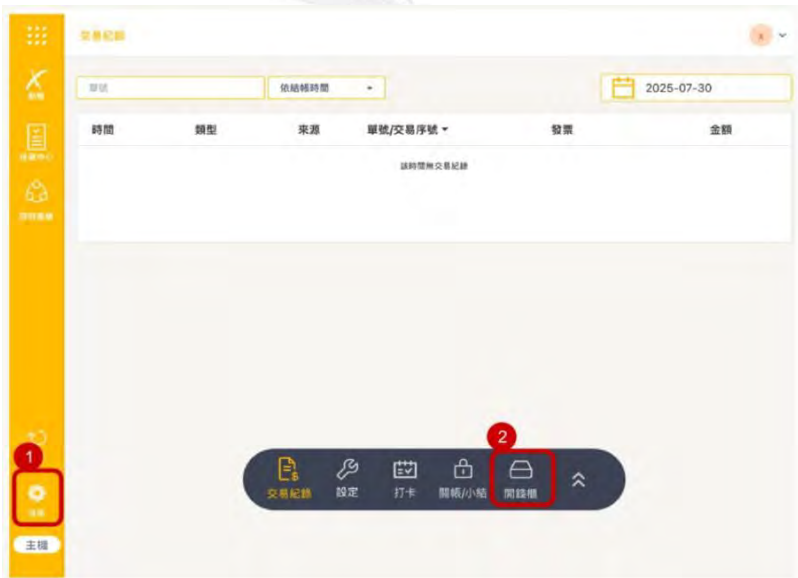


圖170 【進階功能-錢櫃】開錢櫃



圖171 【進階功能-錢櫃】錢櫃管理



圖172 【進階功能-錢櫃】錢櫃管理2



圖173 【進階功能-錢櫃】錢櫃管理3



圖174 【進階功能-錢櫃】錢櫃管理4



圖175 【進階功能-座位圖】座位編輯



圖176 【進階功能-座位圖】座位編輯2



圖177 【進階功能-座位圖】座位編輯3



肆、 自創品牌嶼食YÜ SHI 介紹

(一)、 嶼食YÜ SHI 公司logo:



此Logo以「自然、健康、和諧」為核心理念，透過碗中植物與樹苗象徵生命力與健康滋養，傳達品牌追求天然與療癒的精神。外圍葉圈代表平衡與守護，搭配低飽和綠色系，營造出溫柔、純淨且放鬆的品牌氛圍，展現健康生活與身心和諧的品牌形象

(二)、 嶼食YÜ SHI 公司背景：

嶼食 YÜ SHI 創立於近年，以台灣在地飲食文化與健康餐飲理念為發展基礎，品牌名稱取自「嶼」與「食」，象徵取之於島嶼、食之於天然。創辦人過去長期處於高壓都市工作環境，深感外食文化中高油、高鹽與人工添加物對健康的影響，因而萌生創立健康餐飲品牌之構想。在一次走訪台灣中南部部落的過程中，創辦人受到在地小農對土地的尊重與食材純粹風味的啟發，進一步確立品牌方向。嶼食 YÜ SHI 不僅提供餐點，更致力於建立「從產地到餐桌」的飲食連結，將天然食材轉化為兼具營養與美感的餐飲體驗，打造都市中的健康飲食空間。

(三)、 品牌理念與經營特色:

嶼食 YÜ SHI 以「嶼自然共生，食純粹原味」為核心理念，強調飲食應回歸自然與本質，不僅滿足生理需求，更是一種生活態度的展現。品牌定位為高端健康餐盒品牌，追求營養與美味之間的平衡，顛覆傳統健康餐「低卡但無味」的刻板印象。

在經營原則上，嶼食 YÜ SHI 重視以下三大核心價值：

- 1、誠實透明：食材來源清楚可追溯，堅持不使用化學添加物。
- 2、美學飲食：透過精緻擺盤與色彩配置，提升用餐的視覺與儀式感。
- 3、環境永續：支持在地小農，降低食材運輸碳足跡，並逐步導入環保包裝。

(四)、營運與管理模式：

- 1、標準化健康餐飲流程：嶼食 YÜ SHI 導入標準化備餐與低溫烹調技術，確保餐點品質穩定，同時提升出餐效率。透過中央備料與流程控管，降低人力負擔並維持產品一致性。
- 2、門市人員配置（示意）：
店長1位、職員工2-3位、兼職人員（PT）1-2位

(五)、產品與服務特色：

1、服務特色：

在服務層面，嶼食YÜ SHI 強調「健康×美感×效率」的用餐體驗。空間設計採北歐簡約風格，結合鼠尾草綠與大地色系，營造放鬆、自然的用餐氛圍。同時，因應數位化趨勢，導入POS整合系統與線上點餐機制，顧客可透過QR Code或官方平台預先點餐，減少等待時間。另提供外送平台合作與企業訂閱制服務，提升品牌觸及與營運彈性。多元支付方式（如行動支付與信用卡）亦提升消費便利性。此外，嶼食YÜ SHI 提供高度客製化服務，包括主食替換（白飯、紫米、花椰菜米）及配菜調整，滿足不同飲食需求與過敏考量。

2、產品特色：

嶼食YÜ SHI 以「原型食物」與「營養均衡」為產品設計核心，強調天然、低加工與高營養價值。主要特色如下：

- 1. 原型食物導向：選用完整食材，避免加工食品如素肉與火腿，確保飲食純粹性。
- 2. 低溫烹調技術：採用 60-70℃ 舒肥技術，保留食材原始風味與營養，同時提升口感嫩度。
- 3. 五色營養搭配：每份餐點包含紅、黃、綠、黑、白五色食材，確保營養攝取均衡。

在產品品項上，嶼食YÜ SHI 提供多元餐飲選擇，包括沙拉、優格碗、無糖飲品、茶飲及健康餐盒系列。其中健康餐盒為核心產品，主打高蛋白、低負擔，搭配時蔬與天然穀物，滿足現代消費者對健康飲食的需求。沙拉系列以新鮮蔬食搭配低負擔醬料為主；優格碗強調高蛋白與機能營養；飲品則全面採無糖設計，包含咖啡、植物奶與原葉茶飲。整體產品設計兼顧健康、口感與視覺呈現，使餐點不僅營養均衡，同時具備市場吸引力。

伍、食

織

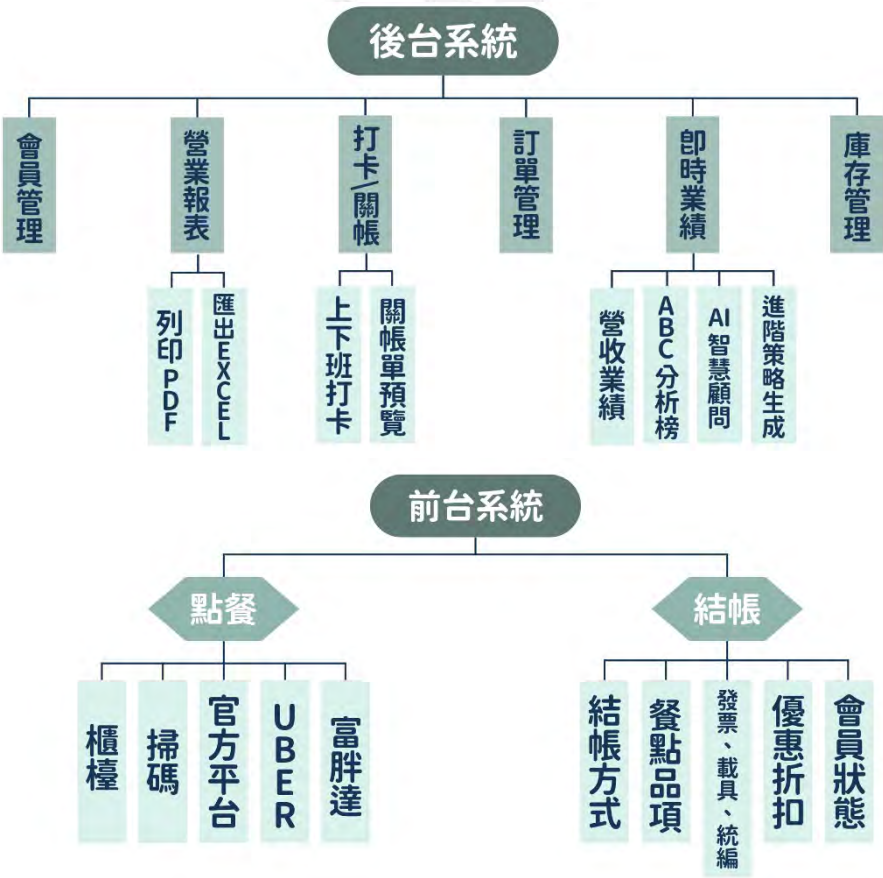


圖178 系統前後台組織圖

(二)、點餐流程示意圖

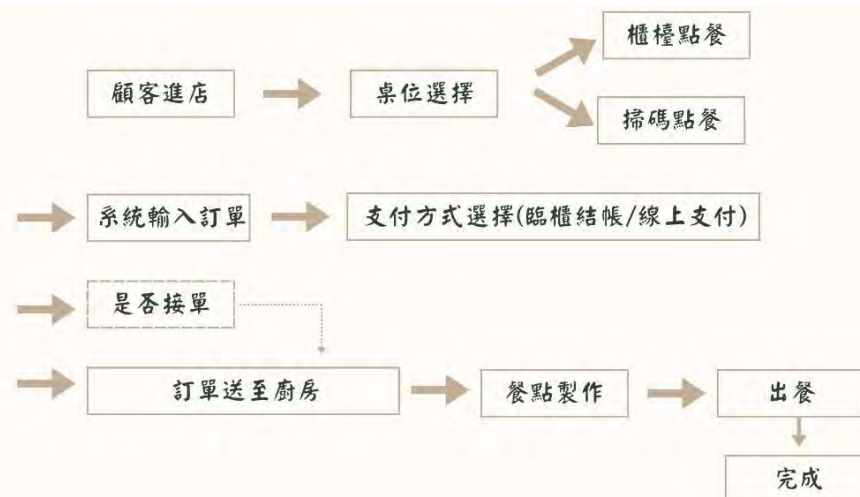


圖179 內用點餐流程圖

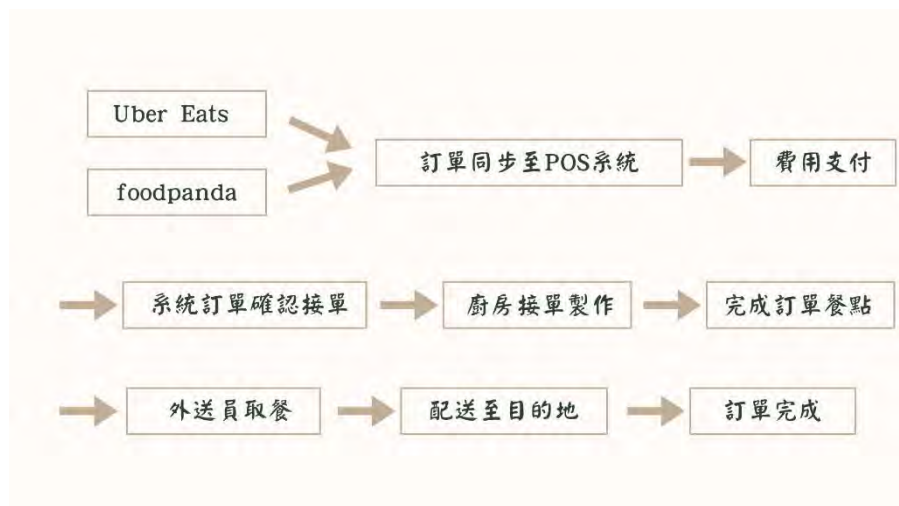


圖180 外送點餐流程圖



圖181 預約單點餐流程

(三)、系統特色

1、庫存警示功能：從人工盤點轉向系統自動化管理

在我們晨間廚房的實地訪談過程中，店長提到由於目前店面經營規模較小，因此並未使用數位化的庫存警示系統，所有食材與備料的盤點主要仍依賴店員以人工方式進行計算與處理。然而，人工操作不僅耗時費力，更易因尖峰時段忙碌而產生疏漏。為此，「嶼食YÜ SHI」的POS系統特別增加了「智慧庫存警示」功能。該功能旨在取代傳統的人工巡檢，透過系統後台數據自動辨別即時庫存狀況，並在低於預設水位時在點餐介面提醒人員，方便人員備料或進行叫貨流程，大幅節省人力作業時間。此外，系統具備更嚴謹的管控機制：當特定商品庫存耗盡標示為「完售」時，前端點餐介面將立即鎖定該品項，使顧客無法繼續下單。這項設計能有效解決「明明商品已售完，卻因資訊不同步而誤賣給客人」的實務痛點，避免後續退款或更換餐點的行政麻煩，優化整體的點餐服務流程。

2、多層次提醒功能：防範作業疏失與優化取餐流程

「嶼食 YÜ SHI」的POS系統建構了完善的提醒體系，旨在減少操作流程中的錯誤並提升出餐效率。首先是「預選單提醒」：系統會在預定的取餐時間前20分鐘發出警告，提醒廚房開始製作，有效解決因忙碌而遺忘預約單的問題，確保餐點準時交付。其次是「操作防呆機制」：若結帳時有必要資訊未完整輸入，系統會跳出提示並限制結帳動作，防止因流程不完全導致的帳務錯誤。再者，本系統於開立電子發票時，限制「載具編號」與「統一編號」僅能擇一輸入。其原因在於兩者適用對象與使用情境不同：載具主要用於個人消費，發票將儲存於雲端並可參與中獎兌領；而統一編號則用於公司報帳需求，發票需列印紙本作為憑證，且不適用個人載具儲存及中獎兌領機制。因此為避免發票性質衝突與後續店員操作上的麻煩，系統將設計為擇一輸入之限制。另外，對於「已接單」、「取消訂單」或「發票作廢」等等關鍵狀態變動，系統皆會即時跳出通知，避免人員在多工作業下搞混訂單。最具特色的是「通知顏色區分」：外送與預選單統一採用「金色」呈現，提醒人員這類訂單最終需進入「待取餐」狀態，需嚴格確認顧客或外送員的取件情形；而內用與現場外帶則使用「墨綠色」，這類單據在餐點完成後可直接交付，不需進入待取餐清單。透過顏色視覺化的差異，員工能快速判定訂單屬性，實現更精準的作業導航。

3、每日報表匯出功能：提升營運紀錄與管理效率

「嶼食YÜ SHI」POS系統具備每日報表自動匯出功能，可

於每日營業結束後，自動彙整當日之營運數據並生成標準化報表，內容包含營業額、訂單數量、熱門商品、各支付方式比例、來客數與平均客單價等關鍵資訊。透過系統自動化整理機制，管理者無需手動統計即可快速取得完整營運紀錄，有效降低人工錯誤並節省資料整理時間。同時，報表可支援匯出為 PDF 或 Excel 格式，方便後續保存、列印或進行進一步數據分析。此外，每日報表亦可作為營運檢討與策略調整之依據，協助管理者追蹤每日營收變化與營運表現，並與歷史資料進行比較分析，以掌握長期經營趨勢。透過此功能，餐廳可建立標準化數據管理流程，提升營運透明度與決策效率。

4、即時營運數據分析功能：強化經營決策能力

「嶼食 YÜ SHI」POS 系統具備即時營運數據分析功能，透過系統自動化資料蒐集與整合機制，即時統計每日營業額、訂單數量、熱門商品排行、來客數分布與顧客消費行為等關鍵營運指標，使管理者能夠隨時掌握餐廳整體經營狀況，並降低過往依賴人工統計所造成之時間落差與誤差問題。

在數據呈現方式上，系統採用圖表化與視覺化分析介面，將複雜的營運資料轉化為易於理解的資訊，例如以折線圖呈現各時段來客數變化趨勢，以長條圖比較不同餐點之銷售排行，以及以儀表板方式呈現平均客單價與整體營收表現。透過視覺化設計，管理者能快速辨識營運高峰與低谷時段，進而進行精準的經營判斷。

5、AI 智慧行銷與策略分析功能：強化品牌經營與市場應變能力

「嶼食 YÜ SHI」POS 系統導入AI 輔助決策機制，整合行銷內容生成、市場競爭分析與策略視覺化工具，使餐廳經營從傳統營運管理升級為智慧化策略經營模式。首先，在「行銷文案自動生成功能」方面，系統可依據商品名稱、銷售特性與目標客群，自動生成適用於社群媒體、活動宣傳或會員推播之行銷文案，協助店家快速完成內容產出，降低行銷人力成本並提升宣傳效率。其次，在「競爭對手反制分析功能」方面，系統可彙整市場價格、熱門品項與銷售趨勢，進行競爭對手動態比較分析，協助店家即時調整定價策略、促銷活動與商品組合，以提升市場競爭力與應變能力。再者，本系統導入「九宮格策略分析模型」，將商品依據銷售表現與市場潛力進行雙軸分類，例如銷售高低與成長潛力之交叉分析，使管理者能清楚辨識核心商品、成長商品與淘汰商品，進一步作為產品開發與資源配置之依據。透過上述三項智慧分析

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

功能，系統不僅協助餐廳進行日常營運管理，更進一步支援市場行銷決策與長期經營策略規劃，使餐飲經營由「數據管理」提升至「AI 策略決策」層級。

(四)、POS 畫面介紹



圖182 權限區分



圖183 選擇內用或外帶



圖184 點餐畫面



圖185 部分餐點可提供客製化選擇 ex:醬料選擇



圖186 內用-點筆的圖示選擇桌號



圖187 外帶-點筆的圖示輸入代稱



圖188 預選單-點筆的圖示輸入取餐日期時間與名稱



圖189 會員登入

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

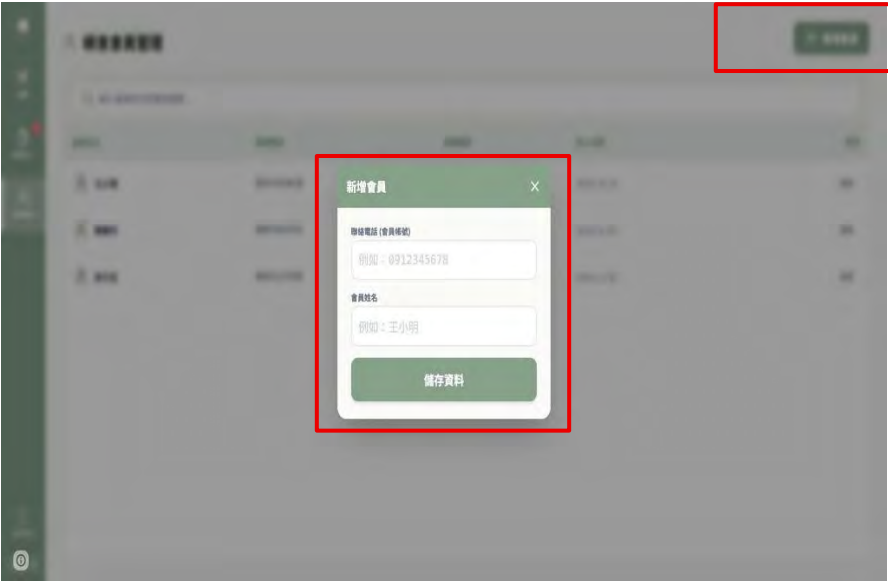


圖190 會員資料



圖191 會員註冊



圖192 已註冊之會員輸入後畫面以及提示綁定成功通知

現場顧客 外帶

/5M33YW1

請輸入統一編號 (選擇)

優惠促銷 (點數折抵不可疊加)

無折扣 全單 9 折 滿額折 \$50 環保杯折 \$5

支付方式

現金 LINE PAY 街口支付 台灣 PAY 信用卡

訂單總金額 \$364

合計 \$364

品項數量 3 小計 \$460 總折扣/折抵 -\$96

實收 500 找零 136

取消 結帳完成，送單製作

圖193 結帳畫面

現場顧客 外帶

/5M33YW1

請輸入統一編號 (選擇)

優惠促銷 (點數折抵不可疊加)

無折扣 全單 9 折 滿額折 \$50 環保杯折 \$5

支付方式

現金 LINE PAY 街口支付 台灣 PAY 信用卡

訂單總金額 \$364

合計 \$364

品項數量 3 小計 \$460 總折扣/折抵 -\$96

實收 500 找零 136

取消 結帳完成，送單製作

圖194 訂單明細/統編載具輸入

\$100 \$500 \$1000

1 2 3

4 5 6

7 8 9

0 00

取消 結帳完成，送單製作

圖195 現金金額輸入自動算找錢金額

會員狀態 未綁定會員

優惠促銷 (點數折抵不可疊加)

無折扣 全單 9 折 滿額折 \$50 環保杯折 \$5

支付方式

現金 LINE PAY 街口支付 台灣 PAY 信用卡

訂單總金額 \$364

合計 \$364

品項數量 3 小計 \$460 總折扣/折抵 -\$96

實收 500 找零 136

取消 結帳完成，送單製作

圖196 無綁定會員之結帳畫面

現場顧客 外帶 會員已綁定

請掃描或輸入會員號碼

請輸入統一編號 (選擇)

優惠促銷 (點數折抵不可疊加)

無折扣 全單 9 折 滿額折 \$50 環保杯折 \$5 已折抵 \$100

支付方式

現金 LINE PAY 街口支付 台灣 PAY 信用卡

訂單總金額 \$360

合計 \$360

品項數量 3 小計 \$460 總折扣/折抵 -\$100

實收 0 找零 0

取消 結帳完成，送單製作

圖197 綁定會員之結帳畫面，有10點折100之優惠

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

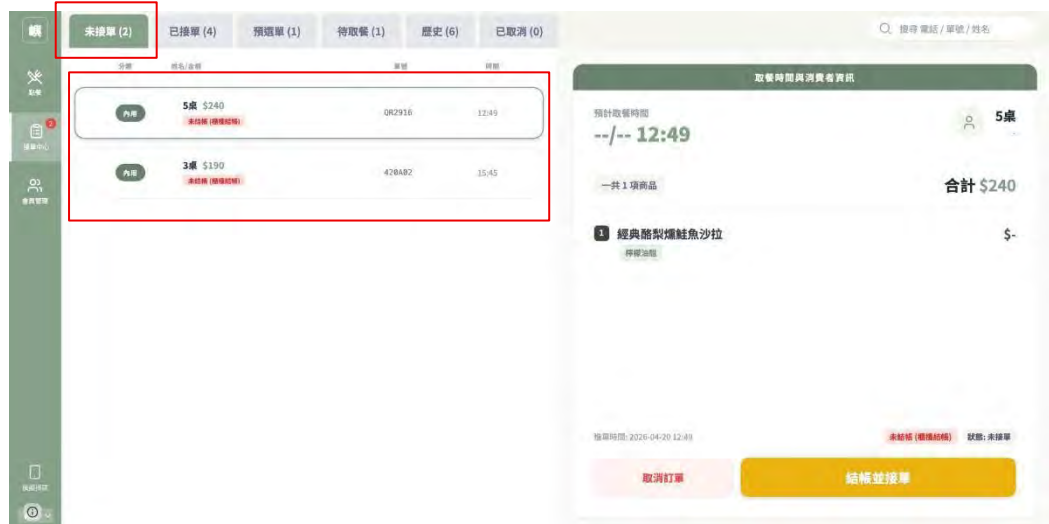


圖198 接單中心-未接單之訂單資訊，需結帳完成後才可送單製作

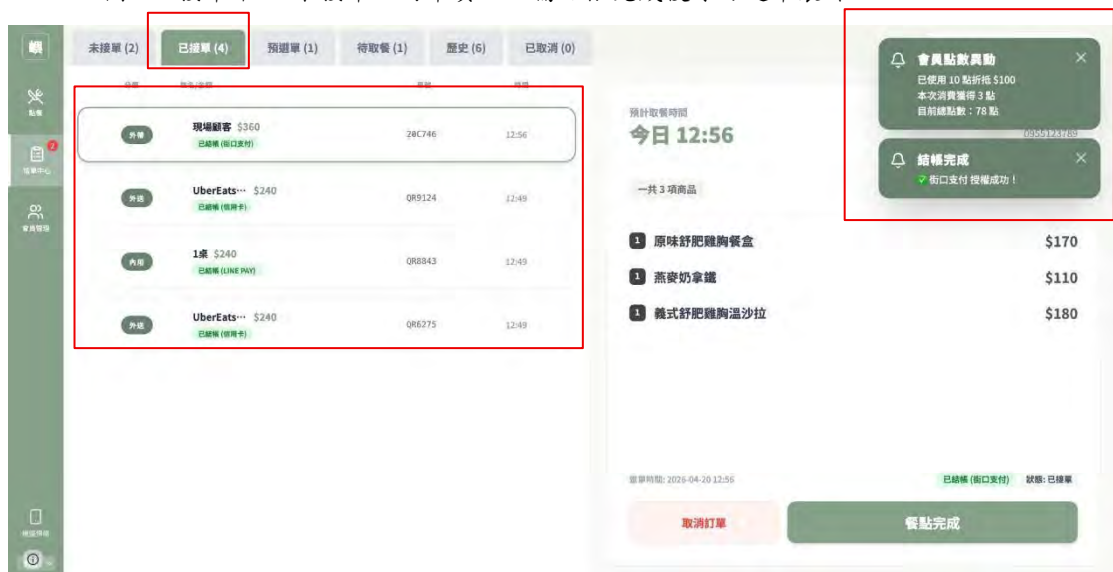


圖199 接單中心-已接單之訂單資訊和相關訂單之通知



圖200 接單中心-預選單之訂單，系統自動在前 20 分鐘通知店家開始製作

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例



圖201 歷史訂單- 可查詢當日訂單資訊



圖202 已取消- 在訂單取消後系統有提示，以及手動發票作費功能

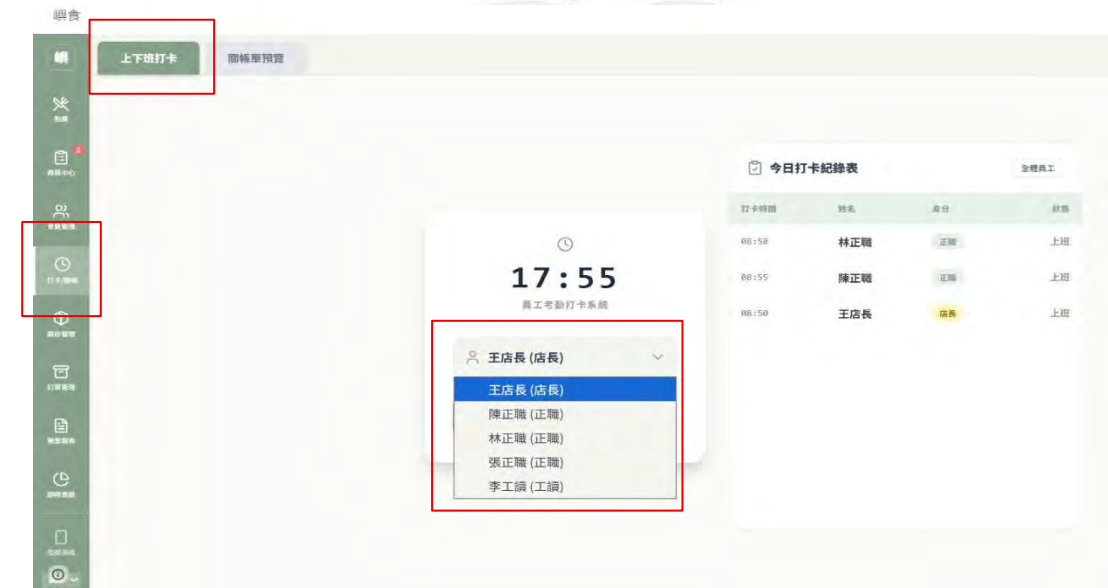


圖203 打卡/關帳功能-切換人員

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

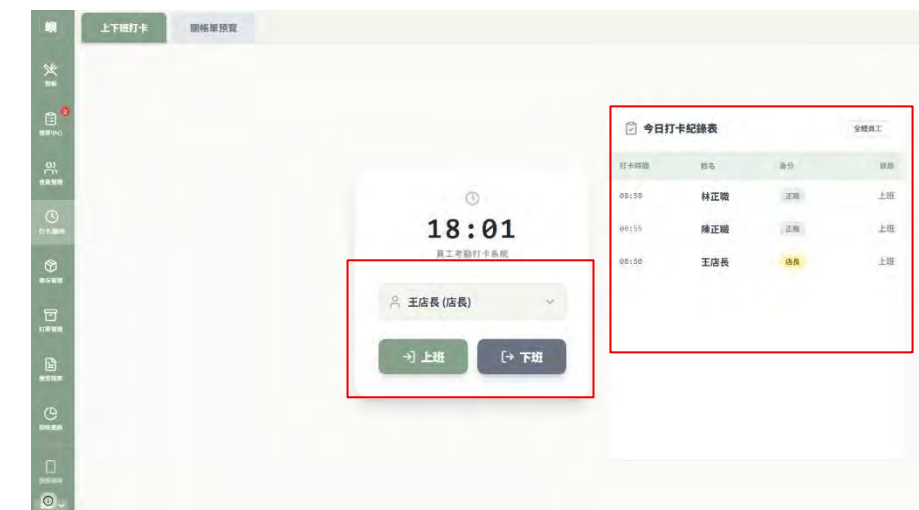


圖204 點選上下班打卡，且右方會有紀錄

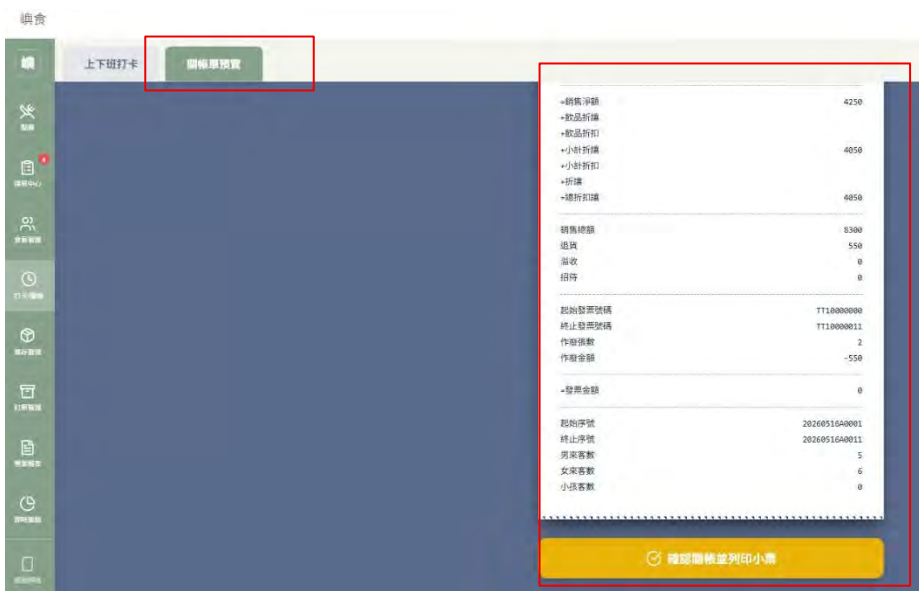


圖205 關帳單預覽

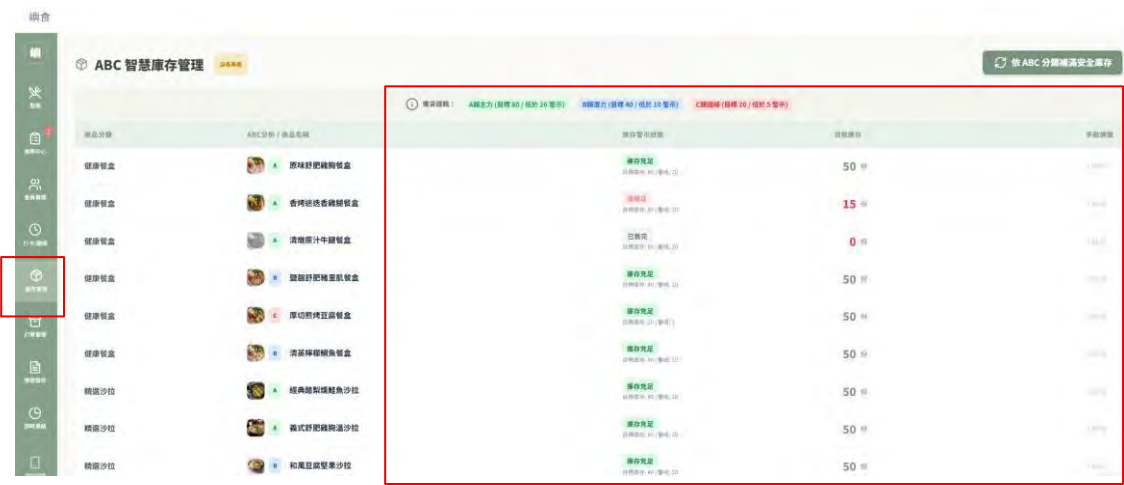


圖206 存貨管理，可在此看到現有存貨以及有顏色的提醒區別

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

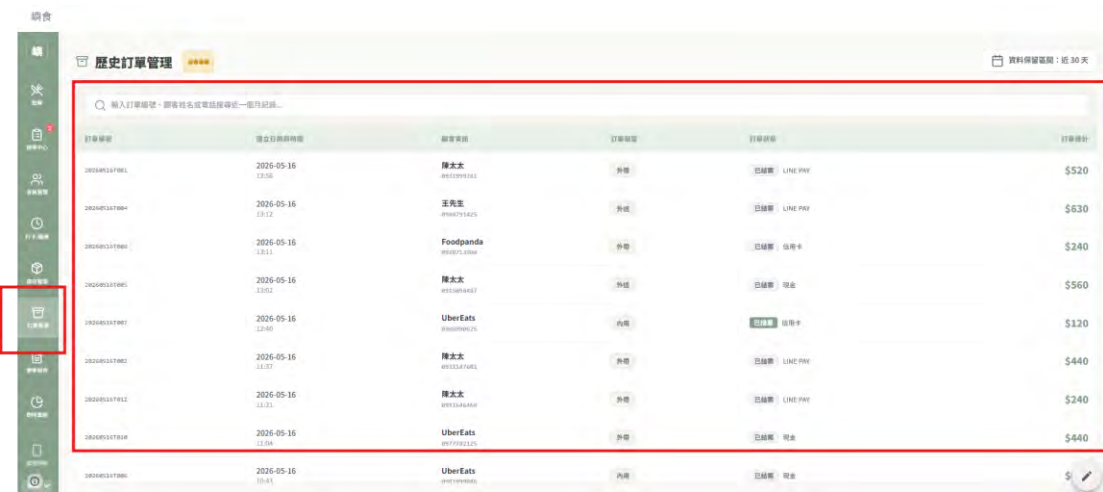


圖207 在訂單管理可查詢近 30 的歷史訂單

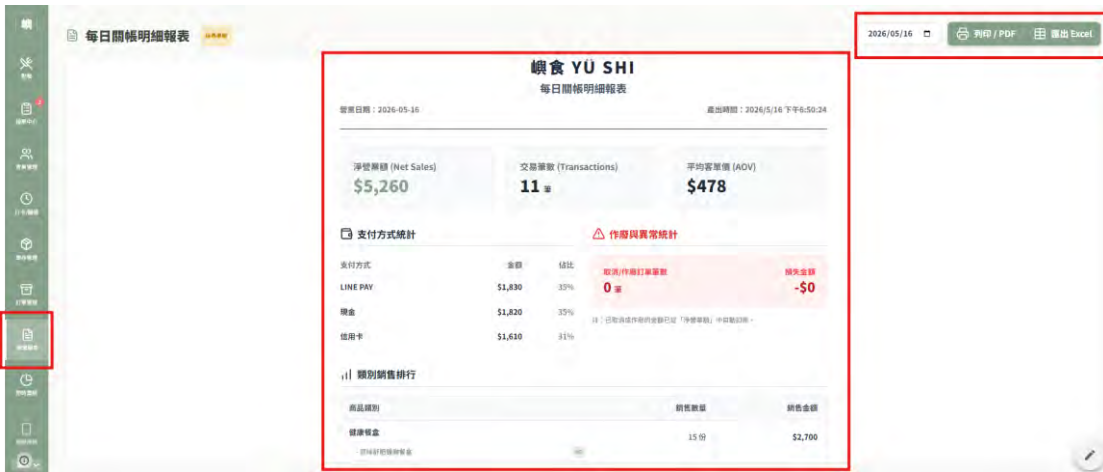


圖208 在營業報表中，可查看和匯出店家每日的銷售數據

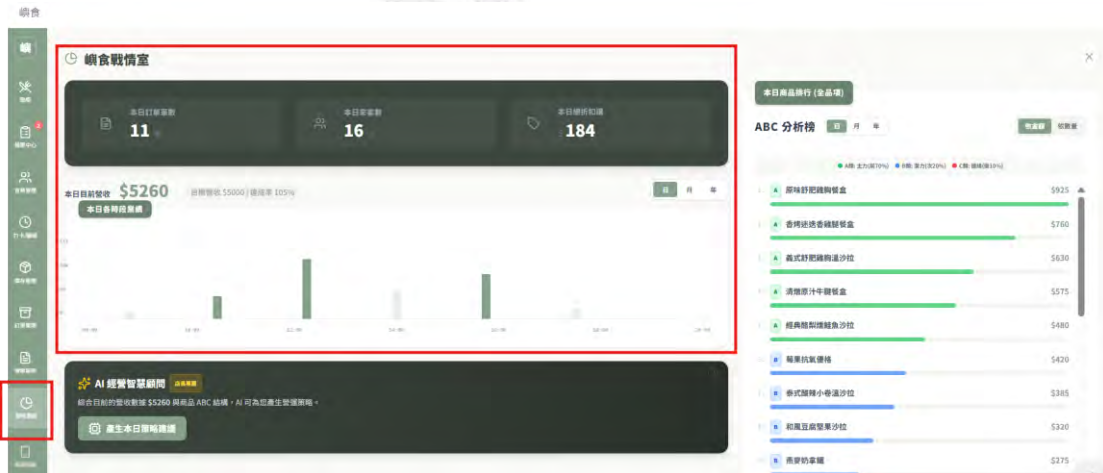


圖209 在即時業績中可切換年月日查看營業資訊

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

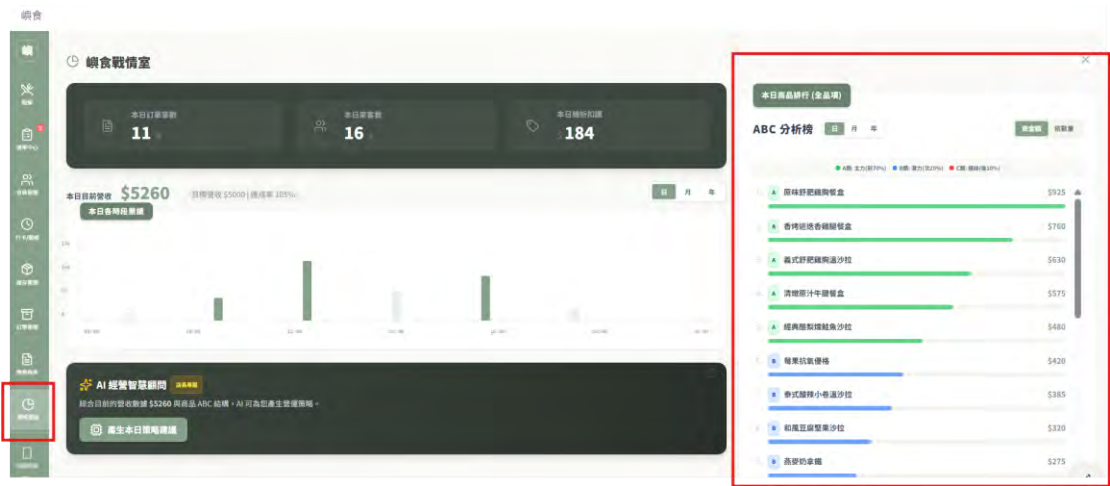


圖210 在即時業績中可依照年月日看ABC分析的產品

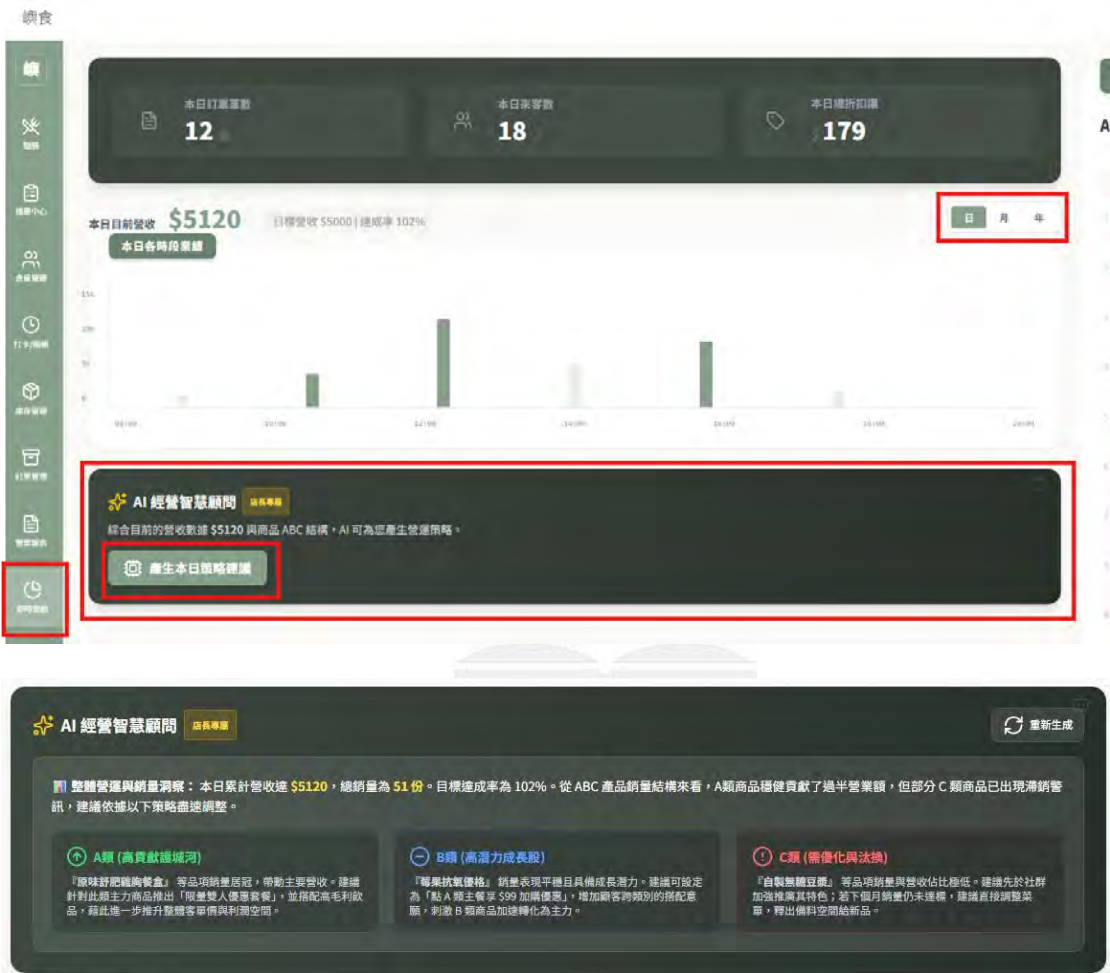


圖211 在即時業績中可依照年月日使用AI顧問的ABC分析

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

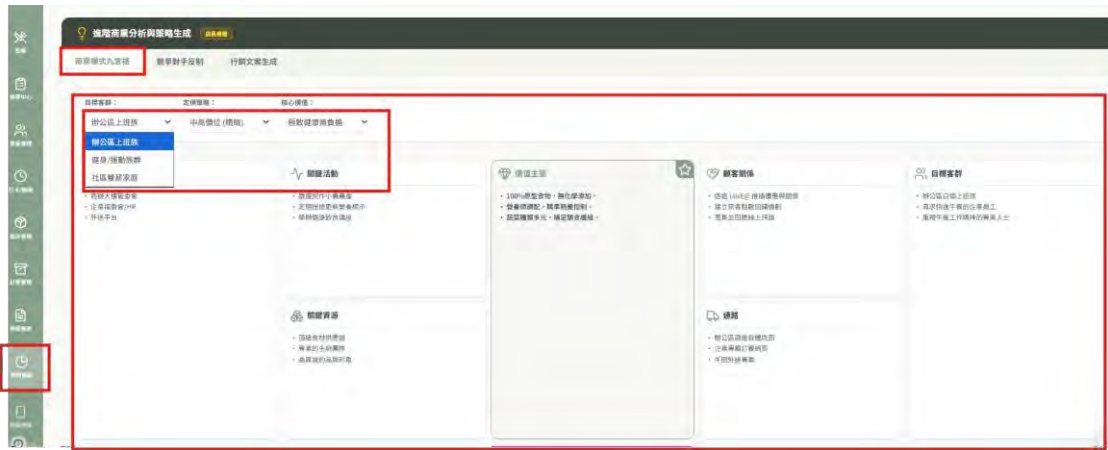


圖212 在即時業績中的商業九宮格選擇條件，AI 自動產生內容



圖213 在即時業績中的競爭對手反制，描述對手按生成



圖214 AI 自動分析競爭對手內容



圖215 在即時業績中的行銷文案中，選擇產品以及使用平台

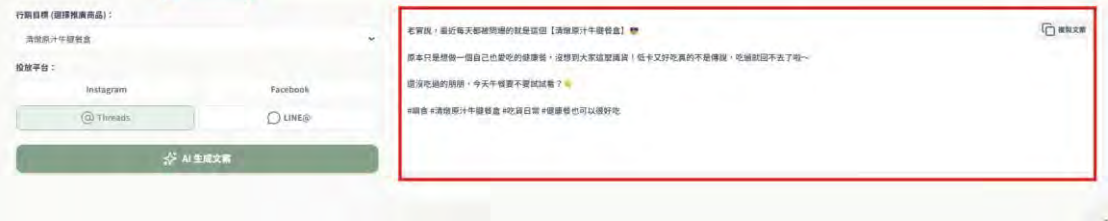


圖216 AI自動產出相對行銷文案

(五)、系統特色

<https://sites.google.com/view/yushi115/%E5%B6%BC%E9%A3%9F%E7%B6%B2%E9%A0%81>

陸、 嶼食YÜ SHI 策略分析

一、嶼食YÜ SHI SWOT 分析

	優點	劣勢
	- 舒肥與營養配比技術 - 數位POS 系統優化流程與管理 - 食材來源透明化與永續理念 - 品牌美學與空間體驗提升消費體驗	- 高品質食材帶來的成本壓力 - 新創品牌初期市場知名度低 - 生鮮供應鏈的穩定性挑戰
機會	S-O 策略 - 切入企業ESG 供應鏈市場 - 建立標準化健康餐快速出餐系統 - 食材透明機制(食材身分證概念)	W-O 策略 - 設計分級產品與訂閱優惠 - 與健身房合作拓展客群 - 透過社群媒體與品牌故事提深市場知名度
威脅	S-T 策略 - 多元供應鏈分散原物料風險 - 研發品牌專屬調味與菜單 - 菜單隨當季食材調整，提供多	W-T 策略 - 推廣官方點餐系統減少抽成 - 建立食材預測與採購數據

蝕利潤 4. 消費者對於高價位餐 點的敏感度	元餐點選擇並降低採購成本	系統降低浪費 3. 強化回購機制降低獲客成 本壓力
------------------------------	--------------	---------------------------------

表2 嶼食YÜ SHI SWOT 分析

(一)、優勢

嶼食的核心優勢來自於其完整的健康餐飲技術與數位化營運能力。首先，品牌導入舒肥與營養配比技術，使餐點在保留食材原始風味的同時，也能達到營養均衡的效果，成功提升健康餐「美味與健康難以兼得」的市場痛點解決能力。其次，透過數位 POS 系統優化門市流程與營運管理，不僅提升出餐效率，也降低人力負擔，使整體營運更具標準化與可擴展性。此外，品牌強調食材來源透明化與永續理念，透過與在地小農合作建立信任機制，提升消費者對品牌的信賴感與價值認同。最後，品牌以簡約自然的空間設計與美學體驗為基礎，提升整體用餐氛圍，使健康餐飲不僅是功能性消費，更延伸為生活風格的一部分，形成差異化競爭優勢。

(二)、劣勢

作為新創品牌，嶼食目前仍面臨多項內部限制與挑戰。首先，高品質原型食材的使用使得成本結構相對偏高，導致產品價格較難大幅下修，可能影響價格敏感型消費者的接受度。其次，品牌尚處於市場導入初期，知名度與市場認同度仍在建立階段，尚未形成穩定且高度黏著的客群基礎。此外，在生鮮供應鏈管理方面，仍存在一定程度的不穩定性，可能受到季節性產量與供應波動影響，進而影響營運穩定度。整體而言，品牌在資源與市場滲透方面仍處於成長初期階段，需透過更有效的行銷與營運策略逐步強化市場定位。

(三)、機會

嶼食所處的市場環境具備高度成長潛力。隨著現代消費者健康意識逐漸提升，對於低負擔、高營養餐飲的需求持續增加，使健康餐市場整體呈現成長趨勢。同時，企業導入 ESG 與永續採購理念逐漸普及，帶動企業員工餐盒與長期供餐服務需求成長，為品牌拓展 B2B 市場提供良好契機。此外，線上消費與外送平台的普及，使餐飲服務不再受限於地理位置，有助於品牌拓展更廣泛的消費族群。整體而言，健康趨勢、企業永續需求與數位消費模式的興起，共同為品牌創造有利的市場發展環境。

(四)、威脅

在外部環境方面，嶼食亦面臨多項市場威脅。首先，健康餐飲市場競爭者眾多，無論是連鎖品牌或新創品牌皆快速進入市場，使

競爭強度持續提升。其次，原物料價格上漲對餐飲業造成普遍成本壓力，進一步壓縮品牌獲利空間。此外，外送平台高額抽成機制亦削弱品牌實際利潤，使營收結構面臨挑戰。最後，消費者對於高價位健康餐點的價格敏感度仍然存在，尤其在經濟環境不穩定時，更可能影響消費頻率與購買意願。因此，品牌需在維持品質與控制成本之間取得平衡，以確保長期競爭力。

(五)、SO 策略

嶼食在SO 策略上，主要透過既有的技術與品牌優勢，積極回應市場對健康飲食與永續消費的成長需求。首先，品牌將切入企業ESG 綠色永續採購市場，結合舒肥與營養配比技術，以及標準化餐點製程能力，提供企業員工健康餐盒與長期供餐服務，以滿足企業對員工健康管理與永續責任的需求。其次，透過建立食材透明化機制（食材身分證概念），強化品牌在食材來源與品質控管上的信任基礎，使消費者能清楚掌握餐點來源與營養資訊，進一步提升品牌差異化與市場競爭力。此外，透過數位POS 系統與營運流程優化能力，品牌可強化外送與線上點餐的營運效率，使服務能更有效應對線上消費與外送市場持續成長的趨勢。

(六)、WO 策略

在WO 策略方面，嶼食將運用外部市場機會，改善品牌目前在知名度與成本結構上的限制。首先，透過設計分級產品與訂閱優惠機制，降低消費門檻，使價格更具彈性，以吸引不同消費能力的客群，進一步擴大市場滲透率。其次，藉由與健身房及健康生活相關產業合作，拓展目標客群，強化品牌在健康族群中的能見度，改善品牌初期知名度不足的問題。同時，透過社群媒體與品牌故事行銷策略，利用Instagram 與其他視覺化平台的擴散效果，提升品牌曝光與消費者認同感。此外，進一步導入會員數據分析與精準行銷機制，透過消費行為分析提升顧客黏著度與回購率，彌補品牌在初期客群不穩定的劣勢。

(七)、ST 策略

在ST 策略方面，嶼食將運用現有優勢降低外部市場競爭與成本壓力所帶來的威脅。首先，透過建立多元供應鏈機制，分散原物料來源風險，以降低原物料價格波動對營運成本的影響。其次，品牌持續研發專屬調味與菜單設計，強化產品差異化，使品牌能在高度競爭的健康餐市場中維持獨特定位，避免陷入單純價格競爭。此外，透過依據當季食材調整菜單內容的方式，不僅可提升餐點多樣性與新鮮感，同時亦可有效降低採購成本與供應壓力，使品牌在面對原物料上漲時仍具備一定的成本調節能力。

(八)、WT 策略

在 WT 策略方面，嶼食主要著重於降低營運風險與提升成本控制能力，以因應市場競爭與消費敏感度提升的挑戰。首先，透過推廣官方點餐系統，降低對外送平台的依賴，減少高額抽成對利潤結構的影響，提升整體營收效率。其次，建立食材預測與採購數據系統，以提升供應鏈管理能力，降低食材浪費與成本壓力，強化營運穩定性。此外，透過標準化備餐流程與品項管理機制，控制核心產品結構與備料比例，以降低營運複雜度與供應鏈波動風險，使品牌在競爭激烈的市場中仍能維持穩定營運表現。

二、嶼食YÜ SHI STP 分析

S 市場區隔	T 目標市場	P 市場定位
1、人口特徵：主要鎖定 20-45 歲之都會白領上班族、商務人士與健身體重管理族群。此族群具有穩定經濟基礎與中高消費能力，對健康投資意願高。 2、地理區域：以台灣核心都會區（如台北、台中等高密度商辦商圈）為主，特別聚焦於商辦大樓林立、健身房密集度高、生活節奏快且外送需求強烈之核心商圈。 3、生活型態：高度外食型態，日常追求「高效率、快節奏」生活，同時極度重視體態管理、飲食均衡與生活美學，不願因忙碌而妥協食物的視覺與用餐氛圍。 4、價值與偏好：崇尚天然、拒絕化學添	1、核心客群—效率與體態導向之都會上班族、健身族群： 以都會區的上班族與健身體重管理族群為主。他們生活節奏快速、對熱量與營養配比（如五色營養、低溫舒肥高蛋白質）有精準要求。品牌透過「官方線上平台預先點餐」與「實體門市美學空間」，完美解決他們在短暫午休時間內「追求快速效率」與「維持健康飲食」的雙重痛點。 2、商務與企業客群——企業團購與商務團體（B2B）： 鎖定重視員工福祉的企業客戶、商務會議與大型活動團體。這類客群有大量且穩定的餐盒訂購需求，品牌透過「企業訂閱制合約」與「標準化營運的出餐效率」，提供	1、兼具「美學質感」與「誠實透明」的健康飲食實踐者： 顛覆傳統健康餐、水煮餐「清淡無味、視覺單調」的刻板印象。品牌定位為結合「低溫烹調舒肥技術」與「五色均衡美學」的精緻輕食。堅持無化學添加、來源可追溯，讓每一次用餐都成為一場兼顧健康平衡與視覺享受的生活儀式。 2、數位化、高靈活度的「智能客製化」都會餐飲品牌： 在都會快速節奏中，定位為最具效率與靈活性的餐飲夥伴。透過 POS 系統、線上預選單與外送平台，提供減少等待的「數位化便利體驗」；同時打破傳統便當限制，以「主食配菜靈活替換」的高度客製化能力，完美融入現代人的多元飲食生活型態。

加物，偏好原型食物與透明可追溯的食材來源（如在地小農、部落契作）；重視品牌展現的永續價值、其他理念與生活質感。 5、消費行為：對數位工具（線上點餐、預選單、外送平台）依賴度高，偏好靈活度高、可自由替換主食與配菜的「客製化餐盒」，具備極高的回購率與企業長期訂閱潛力。	長期、穩定且具品質信任感的商務供餐解決方案，成為穩定收益流的核心支柱。 3、利基客群——美學與生活風格追求者、特定飲食需求者： 包含對食物視覺、器皿用具與門市氛圍有極高要求的質感生活追求者，以及因過敏或特定飲食法（如低碳、純原型食物）而需要「高度客製化」的消費者。這群人對品牌信任感與忠誠度極高，願意為「美學溢價」與「誠實透明」付費。	
--	--	--

表3 嶼食YÜ SHI STP 分析

三、嶼食YÜ SHI 五力分析

項目	程度	說明
現有競爭者	高	目前健康餐飲市場競爭相當激烈，除了健康餐盒品牌外，便利商店、健身餐品牌與外送平台餐廳皆持續推出低熱量、高蛋白等健康導向產品，市場競爭程度高。然而，「嶼食YÜ SHI」透過智慧化 POS 系統、客製化熱量設計、會員管理與數據分析功能，建立差異化競爭優勢，提升品牌市場辨識度與營運效率。
潛在進入者威脅	中高	健康餐飲產業進入門檻相對較低，加上外送平台與社群媒體降低品牌行銷與通路成本，使新創品牌更容易進入市場，因此潛在競爭者威脅較高。然而，若要建立完整資訊系統、穩定供應鏈與品牌忠誠度，仍需投入一定資源與經營能力，因此仍具備一定市場門檻。
供應商議價力	中	「嶼食 YÜ SHI」主要依賴蔬菜、肉品與健康食材供應商，同時亦需使用支付平台與雲端系統等外部技術服務。然而，由於市場上供應來源相對多元，店家可透過多家供應商合作與在地採購方式分散風險，因此供應商議價能力屬於中等程度。
客戶議價力	高	現代消費者對餐點價格、品質與服務敏感度高，且市場選擇眾多，因此具備較高議價能力。消費者可透過外送平台與社群媒體快速比較不同品牌之價格與評價。為提升市場競爭力，「嶼食 YÜ SHI」透過客製

		化餐點、會員制度、智慧化推薦與數據分析功能，提高顧客黏著度與品牌忠誠度。
替代產品威脅	高	健康餐盒之替代產品眾多，包括便利商店健康便當、自助餐、一般便當店、健身餐品牌及自行烹飪等，皆可能取代健康餐飲需求。然而，隨著消費者健康意識提升，以及外送與數位化服務需求增加，具備健康管理與智慧化服務特色之品牌，仍具備一定市場競爭優勢與成長潛力。

表4 五力分析說明表

四、嶼食YÜ SHI 4P 分析

五、項目	策略內容
Product (產品)	健康餐盒（低油、低鹽、高蛋白），提供減脂餐、增肌餐與均衡餐，並可依熱量需求（500/700/900 大卡）客製化選擇。
Price (價格)	採單次購買＋月訂閱制＋企業團體優惠，透過訂閱折扣提升回購率與長期客源。
Place (通路)	結合外送平台（Uber Eats、foodpanda）、社群訂餐（IG、LINE 官方）及健身房/辦公室團購合作。
Promotion (推廣)	以社群行銷為主（IG、短影音），搭配KOL 合作、健身教練推薦，以及首購折扣與集點活動。

表5 4P 分析表

(一)、 Product (產品策略)

本品牌以健康飲食為核心概念，設計符合現代消費者需求的健康餐盒，強調低油、低鹽與高蛋白營養配置。產品主要區分為減脂餐、增肌餐與均衡餐三大類，並提供不同熱量選擇（如500、700、900 大卡），讓消費者能依自身健康目標進行選擇。此外，透過營養標示透明化與標準化製作流程，提升品牌專業度與信任感。

(二)、 Price (價格策略)

本品牌採用多元價格策略，以滿足不同消費族群需求。單次購買維持市場競爭價格，確保基本客源；同時推出月訂閱制方案，提供折扣優惠，以提升顧客黏著度與回購率。此外，亦提供企業與團體訂餐優惠方案，透過大量訂購降低平均成本，提升整體營收穩定性。

(三)、 Place (通路策略)

本品牌採取「多通路整合」策略，以提升市場覆蓋率與訂購便利性。主要透過外送平台（Uber Eats、foodpanda）進行即時配送，提高消費者便利性。同時建立 Instagram 與LINE 官方帳號作為直接訂餐管道，降低外送平台抽成並強化品牌與消費者的直接互動。此外，亦與健身房、辦公大樓及學校合作進行團體訂餐服

務，建立穩定長期客源。

(四)、 Promotion (推廣策略)

本品牌以數位行銷為主要推廣方式，透過社群媒體提升品牌曝光度。主要運用Instagram 與短影音平台（如Reels、TikTok）發布健康飲食內容、餐盒製作過程與顧客成果分享，增加視覺吸引力與信任感。同時與健身教練或健康 KOL 合作，提升專業背書效果。行銷活動方面，初期推出首購折扣、月訂閱優惠與集點回饋機制，以吸引新客並提升回購率。

五、嶼食YÜSHIABC 分析

根據嶼食餐飲網站與 POS 後台系統之訂單資料、熱門餐點排行、會員消費紀錄與營運數據分析結果，運用ABC 分析法，依據各類商品之銷售貢獻度、點餐頻率、庫存週轉率與市場需求程度進行分類，進而提出差異化經營策略建議。透過將資源集中於高營收核心商品、培養具成長潛力之熱門餐點，並優化低效商品管理，可有效提升餐廳營運效率、降低食材浪費並強化整體獲利能力。

(一)、 A 類：核心熱門商品（招牌主餐／高人氣套餐）

A 類商品為嶼食之主要營收來源，具有高點餐率、高回購率及穩定市場需求，屬於餐廳品牌形象與核心獲利來源。

● 行銷策略建議與方式：

1、 熟客寄卡/訂閱制（Lock-in 策略）

執行方式：針對這種高頻次購買的剛需餐點，推出「週五餐訂閱卡」或「買 10 送 1」數位集點。把基本盤顧客的消費預算牢牢鎖定在自家品牌。

2、 限時限量「雙人分享/辦公室團體套組」

執行方式：針對上班族或健身同好，推出「雙人減脂雙享餐」或「四人同行免運組」，除了包含 A 類主力，再搭配一兩樣 B 類品項試吃，用明星商品打團體戰。

3、 經典主食加上高毛利飲品的「黃金組合」執行方式：點購 A 類餐盒，可以特惠價（例如加價 39/49 元）加購高毛利商品（如冷泡茶、特調氣泡水）。利用 A 類的高自帶流量，強行帶動高毛利點心的銷量。

(二)、 B 類：潛力成長商品（季節新品／特色餐點／飲品）

B 類商品具備一定銷售基礎與市場成長潛力，雖目前貢獻度尚未達 A 類水準，但具有成為熱門商品之可能性，為嶼食未來成長的重要動能來源。

● 行銷策略建議與方式：

1、 期間限定「免費升級/大杯化」體驗

執行方式：舉辦為期一週的「優格免費增量20%」或「免費添加超級食物（如奇亞籽/堅果）」活動，用微幅利潤讓利，換取更多消費者第一次嘗試的機會。

2、離峰時段「輕食雙響」套餐

執行方式：將B類商品定位為下午茶或輕負擔晚餐。在下午2:00 - 5:00 推出「B類商品+ 輕焙茶飲」的午茶特惠，開發正餐以外的第二營業時間。

3、社群視覺化與「健康/美顏」功能性行銷

執行方式：B類商品（如莓果優格）通常具備高顏值與強烈的健康屬性。行銷著重在「抗氧化」、「拍照打卡」、「網美下午茶無負擔」等標籤，利用Instagram 或 Threads 進行視覺化推廣。

(三)、C類：低銷售與補充性商品（低點餐商品／季節限定商品）C類商品之銷售量與營收貢獻度相對較低，多屬於季節性商品、特殊餐點或低需求產品，若未妥善管理，容易造成庫存壓力與食材浪費。

● 行銷策略建議與方式：

1、結合A/B類的「破盤成套促銷」（去庫存）

2、執行方式：在決定汰換前，進行最後一波價值壓榨。推出「買A送C（倒扣利潤）」或「加\$10多一杯自製豆漿」。目的是快速消耗現有原料與包材，換取現金流。

3、調整：口味或包裝的「微整形」

執行方式：分析銷量低的原因。若是因為「無糖」市場太小，可微調為「微糖」；若是因為容量太大吃不完，可縮小容量並調降價格，進行為期兩週的「新配方測試」。

4、社群限定：意見領袖/熟客免費試喝募集

執行方式：既然銷量低，不如轉為行銷成本。舉辦「買餐盒並在Google留評分，免費送自製豆漿一瓶」，既能衝高店家的網路評價，又能清掉C類的備料。

透過ABC分析導入差異化經營策略，嶼食智慧餐飲POS系統可協助達成「強化核心商品、培養潛力商品、優化低效商品」之營運目標，不僅能提升整體營運效率與獲利能力，也有助於建立智慧化、數位化之餐飲經營模式，進一步提升品牌競爭力與顧客滿意度。

關鍵合作夥伴 - 在地小農與部落生產者 確保原型食材供應與追溯 - 外送平台 拓展門市以外的服務範圍 - 企業客戶 建立長期團購與訂閱制合約 - POS系統供應商 數位化點餐與流程順暢	關鍵活動 - 餐點研發與低溫烹調 舒肥技術與五色營養配比 - 標準化營運 確保門市出餐效率與品質 - 供應鏈管理 食材採購與流程優化 關鍵資源 - 品牌專利與技術 標準化舒肥流程與營養菜單設計與研發 - 數位系統 POS系統、預選單功能、提醒功能、AI生成功能	價值主張 - 健康與美味的平衡 顛覆健康餐無味的印象，結合原型食物與舒肥技術 - 誠實透明 無化學添加、來源可追溯 - 高度客製化 靈活替換主食與配菜，滿足過敏或特定飲食需求	顧客關係 - 數位化便利體驗 線上點餐減少等待時間 - 企業訂閱制 穩定供餐，建立忠誠度 - 品牌信任感 食材來源透明，建立信任 通路 - 實體門市 感受品牌美學與空間氛圍 - 官方線上平台 提供預先點餐與訂閱 - 第三方外送平台 接觸更多遠距顧客	目標客群 - 都市上班族 追求快速、效率 - 健身與體重管理族群 對熱量與營養有要求 - 企業與商務團體 有大量餐盒訂購需求 - 美學與生活風格追求者 重視用餐氛圍與食物視覺
成本結構 - 食材與物料成本：高品質原型食物、在地小農採購與環保包裝費用 - 人力成本：店長及正職/兼職員工薪資與教育訓練 - 租金與營運：門市租金、裝修攤提、水電及 POS 系統維護費 - 行銷費用：品牌形象塑造與數位推廣成本			收益流 - 實體零售收入：健康餐盒、沙拉、優格碗及無糖飲品銷售 - 企業訂閱/團購收入：長期穩定的商務供餐合約 - 線上外送營收：透過外送平台產生的遠距消費 - 周邊或加值服務：特殊客製化選項或未來可能推出的品牌週邊	

圖217 嶼食YÜ SHI 商業模式圖

六、嶼食YÜ SHI 商業模式圖

(一)、目標客群

嶼食的目標客群精準鎖定在對生活品質有高度要求的都市族群，其中包含追求快速與效率的上班族，以及對熱量與營養配比有嚴格規範的健身與體重管理族群。此外，品牌特別劃分出企業與商務團體作為關鍵市場，滿足其在會議或日常辦公中對於大量高品質餐盒的訂購需求。針對美學與生活風格的追求者，嶼食則提供兼具視覺氛圍與健康內涵的用餐體驗，使這群受眾不僅是產品的消費者，更是品牌質感的體現者。

(二)、顧客關係

在顧客關係的建立上，品牌強調數位化帶來的便利體驗，透過線上點餐系統有效縮短顧客的等待時間，並藉由具備防呆提醒功能的POS系統，在流程中主動跳出通知以優化服務品質。針對企業客戶，嶼食推行穩定供餐的訂閱機制，藉此建立長期的合作忠誠度。品牌更透過食材來源的誠實與透明化，建立深厚的品牌信任感，讓健康飲食與信賴度畫上等號。

(三)、通路：

嶼食採取虛實整合的通路佈局，以實體門市作為傳遞品牌美學與空間氛圍的核心場域，讓消費者能直接感受餐點的視覺與感官質感。在數位端，官方線上平台提供預先點餐與訂閱功能，迎合現代人數位優先的消費習慣。同時，透過與第三方外送平台的策略性合作，品牌得以跨越門市地理限制，接觸到更多遠距離的潛在客群，確保全通路的服務覆蓋。

(四)、價值主張：

嶼食的價值主張核心在於「健康與美味的完美平衡」，透過舒肥技術與五色營養配比，打破健康餐盒乏味單調的傳統印象。品牌堅持誠實透明的原則，確保所有食材無化學添加且來源可追溯。最具競爭力的優勢在於其高度客製化的服務，能靈活替換主食與配菜，精準對接消費者對於過敏原或特定飲食法的特殊需求。

(五)、關鍵活動：

品牌營運的關鍵活動聚焦於餐點的研發與標準化生產，特別是針對低溫烹調技術的深度運用，以確保食材質感與營養的最佳呈現。為了維持門市出餐效率與品質的穩定，標準化營運流程的建立至關重要。此外，品牌持續投入供應鏈管理，優化從採購到配送的整體流程，確保營運的高效運作。

(六)、關鍵資源：

關鍵資源主要來自品牌所建立的標準化舒肥製程與營養菜單設計研發能力，藉此維持餐點品質穩定與健康飲食特色。同時，品牌也透過 POS 系統、預選單功能、提醒功能與 AI 生成功能等數位系統支撐營運，不僅能提升店家管理效率、降低人工作業負擔，也能優化庫存、點餐與後台流程管理，提升整體營運效能。

(七)、關鍵合作夥伴：

嶼食建立了一個以品質為核心的合作生態系，首要夥伴為在地小農與部落生產者，這確保了高品質原型食材的穩定供應與可追溯性。外送平台與 POS 系統供應商則分別提供通路拓展與數位技術的支援。在商務拓展層面，長期配合的企業客戶則是維持品牌穩定產能與營收的重要戰略夥伴。

(八)、收益流：

品牌的收益流呈現多元化的結構，主要來自實體門市零售，包含健康餐盒、沙拉、優格碗及無糖飲品的銷售收入。企業端的長期訂閱與團購合約提供了穩定的金流，而線上外送平台則貢獻了遠距離的消費營收。未來，品牌亦具備開發特殊客製化加值選項或品牌周邊產品的潛力，進一步擴大收益範圍。

(九)、成本結構：

在成本結構上，嶼食的主要支出集中於高品質原型食材的採購、在地小農的支持費用以及環保包裝成本。人力成本則涵蓋了從管理層到正職、兼職人員的薪資與教育訓練費用。此外，門市租金、裝修攤提、水電以及數位 POS 系統的維護費用，再加上品牌形象塑造與數位推廣的行銷預算，構成了品牌整體經營的財務架構。

柒、 嶼食YÜ SHI行銷計畫

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

本行銷計畫主要透過數位行銷、社群互動與會員經營策略，提升品牌曝光並吸引消費者參與與購買。短期目標透過「AI 人格健康測驗」與「隱藏菜單解鎖活動」提高社群互動與首次轉換率；中期目標引導消費者追蹤品牌社群與持續關注官方平台，累積會員黏著度；長期則透過「Blue Monday 週一不憂鬱計畫」與訂閱制方案，建立穩定回購機制與企業合作模式，發展可持續經營之健康餐飲商業模式。

一、行銷計畫一：AI 人格健康測驗

嶼食可於社群媒體與官方網站推出「AI 飲食人格測驗」活動，讓消費者透過回答生活習慣、飲食偏好與健康目標等問題，由 AI 分析其飲食型態，並推薦適合的健康餐盒與營養搭配。活動不僅能提升顧客互動感與參與度，也能強化嶼食結合健康餐飲與科技應用的品牌形象。同時，顧客也更容易將測驗結果分享至社群平台，進一步提升品牌曝光與話題性。

二、行銷計畫二：隱藏菜單解鎖活動

嶼食可透過 Instagram 限時動態或 Threads 推出「隱藏菜單解鎖活動」，於社群平台發布通關密語、提示文字或限時線索，讓消費者至門市或點餐頁面輸入指定關鍵字，即可解鎖隱藏版餐盒、免費配菜或限定優惠。此活動能有效提升顧客參與感與互動性，同時增加社群平台的曝光與討論度。透過限時與隱藏式玩法，也能強化年輕族群對品牌的新鮮感與趣味性，建立嶼食年輕化、科技感與社群化的品牌形象。

三、行銷計畫三：週一不憂鬱計畫

和都會區的辦公室合作，在 Blue Monday（憂鬱星期一）舉辦「週一不憂鬱計畫」。員工只需出示員工證，即可於每週一享有專屬健康餐折扣，將日常午餐轉化為情緒修復的儀式。同時推銷「週午餐訂閱方案」，提供階梯式優惠，例如預訂整週午餐可獲得更高折扣或客製化餐點服務，進一步提升長期合作與穩定訂單。整體模式結合數位平台串接與企業員工福利制度，不僅強化員工健康與滿意度，也將餐飲服務轉化為可規模化的企業訂閱制商業模式。



圖218 計畫示意圖

圖219 計畫二示意圖

圖220 計畫三示意圖

捌、營運策略

一、營運策略目標

本營運策略旨在透過標準化作業流程與數位資訊系統導入，建立高效率且可擴展之餐飲營運模式，以提升供應穩定性、降低營運成本並強化顧客服務品質，進而確保品牌之長期競爭優勢與市場持續成長。

二、供應鏈管理策略

本品牌採取在地化與穩定合作之供應鏈模式，優先與可信賴之蔬菜與肉品供應商建立長期合作關係，以確保食材品質與供應穩定性。同時採取「每日採購、即時使用」之營運模式，以降低庫存壓力與食材浪費，並維持產品新鮮度。透過供應鏈集中化管理，有助於提升成本控制能力並降低外部價格波動風險。

三、生產與作業流程策略

本品牌導入標準化作業流程，將餐點製作流程劃分為接單、備料、烹調、包裝與配送等階段，以確保營運效率與產品品質一致性。透過明確分工制度（如備料人員、烹調人員與包裝人員），可有效縮短製作時間並提升出餐效率，同時降低人為錯誤發生率，確保服務品質穩定。

四、庫存與物流管理策略

本品牌採取「即時備餐」之營運模式，以訂單需求為基礎進行食材準備，避免過量備貨造成浪費。在物流方面，結合外送平台與自建配送安排，以提升配送效率與服務覆蓋範圍。同時建立簡易庫存控管機制，定期監控食材使用量，以達到成本最佳化與資源有效利用。

五、資訊系統與數位化營運策略

本品牌導入數位化資訊系統，以提升營運管理效率與決策品質，包括訂單管理系統、庫存管理系統與銷售數據分析系統。透過系統化數據蒐集與分析，可掌握熱門餐點銷售趨勢，進一步優化產品組合與備餐規劃。此外，亦可透過數據分析進行需求預測，以提升營運精準度與資源配置效率。

六、成本控制與營運效率策略

本品牌透過標準化流程與數位系統導入，有效降低人力依賴與作業成本。同時透過集中採購與精準備料機制，減少食材浪費並提升成本效益。此外，藉由提升出餐效率與訂單處理速度，可增加單位時間內之產能，進而提高整體營收表現。

七、顧客服務與營運模式策略

本品牌採取以顧客為核心之營運模式，提供多元化餐點選擇與訂閱制服務，以提升顧客黏著度與回購率。同時建立顧客回饋機制，蒐集消費者意見以持續優化產品與服務內容，並透過會員制度提升長期顧客價值，強化

玖、營運績效與資訊系統比較分析

一、資訊系統與營運績效比較表

比較項目	嶼食YÜ SHI (創業個案)	晨間廚房 (比較公司)
資訊系統架構	整合式數位系統 (訂單+庫存+會員+AI分析)	雲端POS系統 (以點餐與結帳為主)
作業流程	高度自動化 (接單→系統分派→備餐→出餐)	半自動化 (POS點餐+人工備餐為主)
進貨管理	依銷售數據預測採購, 降低浪費	依經驗與固定週期進貨
銷貨管理	即時數據紀錄+銷售分析	POS紀錄為主, 數據分析有限
庫存管理	系統化庫存警示+即時更新	具備功能但多依賴人工盤點
退貨/損耗管理	系統可追蹤食材浪費與異常	缺乏完整數據追蹤機制
系統穩定性	無離線備援, 斷線需人工作業	無離線備援, 斷線需人工作業
決策支援	AI分析 (熱門商品/市場趨勢)	主要依管理者經驗判斷
營運彈性	高 (可快速調整菜單與策略)	中 (流程標準化但彈性較低)

表6 資訊系統與營運績效比較表

二、對比分析說明

從整體比較可知，嶼食之營運模式偏向數據驅動與智慧化管理，透過整合式資訊系統強化訂單處理效率、庫存控管能力及市場決策品質，使營運流程具備高度即時性與彈性。相較之下，晨間廚房雖已導入雲端POS系統，具備基本數位化能力，但其系統應用仍以點餐與結帳功能為主，缺乏進一步的數據分析與營運決策支援，且在系統異常時仍需依賴人工備援，降低營運穩定性。

三、營運建議

綜合比較結果，提出以下建議：

1、嶼食YÜ SHI:

- 持續強化AI數據分析能力 (銷售預測/客製推薦)
- 建立更完整備援系統以提升營運穩定性
- 深化會員數據應用以提升回購率

2、晨間廚房 (比較公司):

- 強化庫存管理系統使用率，減少人工盤點依賴
- 導入數據分析功能以支援營運決策
- 建立離線備援機制提升系統穩定性

壹拾、結論與建議

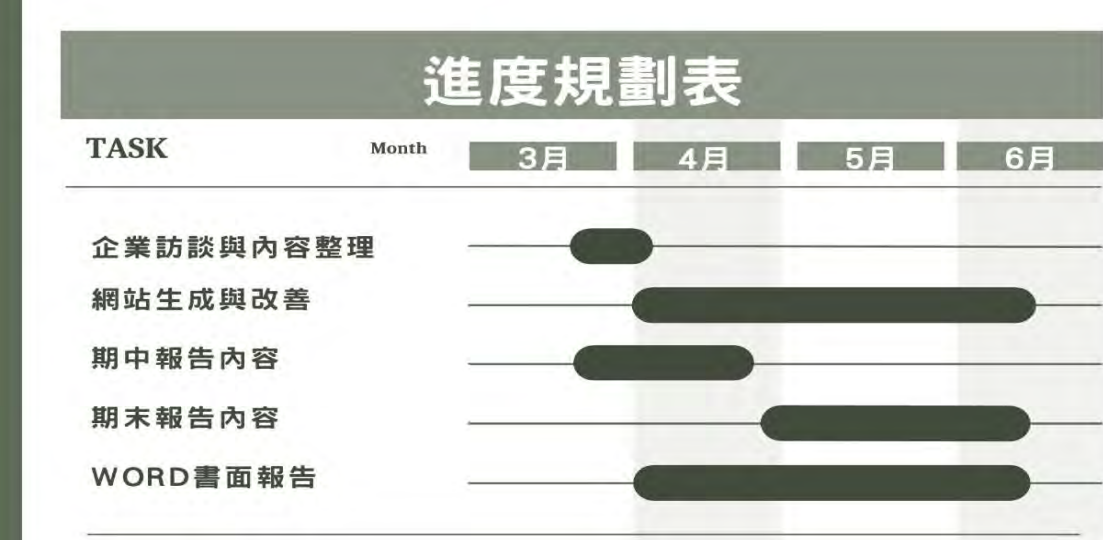
本研究以雲悅科技餐飲POS系統為核心作為自身系統參考範本，結合餐飲實際營運需求與數位化管理概念，建構一套整合點餐、訂位、會員管理、數據分析

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

與智慧決策功能之餐飲管理系統。相較於傳統 POS 系統僅具備收銀與點餐功能，本系統進一步導入多層次提醒機制、ABC 分析、AI 行銷文案生成、九宮格策略分析與即時營運數據分析等智慧化功能，使餐廳經營能從傳統人工管理模式轉型為數據化與智慧化經營模式。在系統設計方面，「嶼食YÜ SHI」POS 系統透過預選單提醒、操作防呆機制與通知顏色區分等功能，有效降低人員作業錯誤並提升出餐與取餐效率。同時，系統可透過即時數據分析與每日報表匯出功能，協助管理者快速掌握營運狀況，作為後續人力配置、菜單調整與行銷策略規劃依據。此外，本系統亦結合AI智慧分析功能，協助店家進行市場競爭分析、產品分類與行銷內容生成，提升餐廳市場競爭力與品牌經營能力。透過五力分析結果可知，雖然餐飲POS市場競爭激烈且存在替代性威脅，但隨著餐飲產業逐漸朝向數位化、外送化與智慧化發展，智慧餐飲管理系統仍具備高度市場需求與發展潛力。整體而言，「嶼食YÜ SHI」POS 系統不僅能提升餐廳營運效率與管理品質，也能降低人工作業負擔與營運成本，並透過數據化管理強化經營決策能力。未來若能持續整合AI分析、雲端管理與智慧推薦技術，將有助於建立更完整之智慧餐飲生態系統，進一步提升品牌競爭力與市場價值。

壹拾壹、劃表作表

一、進度規劃表一甘特圖



姓名	工作內容
企三甲D1223099 鄭卉妤	訪談、系統生成、簡報製作、書面報告製作
企三甲D1373395 蔡佳好	訪談、系統生成、簡報製作、書面報告製作

企三甲D1235035 下地伶奈	簡報製作、書面報告製作
---------------------	-------------

表7 分工表

壹拾貳、組員心得

鄭卉妤:

透過這次管理資訊系統課程的學習與專題實作「嶼食YÜ SHI 系統」，我對餐飲產業的營運模式有了更深入且具體的理解。過去我對餐飲店的認知多停留在點餐與出餐流程，但在實際設計系統與進行報告後，我開始理解一個完整的餐飲系統，其實包含了點餐管理、庫存控管、顧客資料以及營運分析等多個環節的整合。在設計嶼食YÜ SHI 的過程中，我學習到如何從使用者與店家兩個角度思考系統需求。例如對顧客而言，需要簡單快速的點餐流程與清楚的餐點資訊；對店家而言，則需要即時掌握訂單狀況與庫存變化，以提升出餐效率與降低食材浪費。這讓我體會到資訊系統的設計並不是單純功能堆疊，而是必須符合實際營運需求。同時，在資料分析與系統規劃的過程中，我也更理解管理資訊系統在餐飲產業中的重要性。像是透過系統化管理庫存，可以避免食材過剩或短缺的問題；透過訂單與銷售資料的整理，也能幫助店家判斷熱門餐點與消費趨勢，進而調整產品策略。這些應用讓我更加確信資訊系統在現代餐飲經營中扮演關鍵角色。總結這次的學習經驗，我不僅學會如何將管理資訊系統的概念應用在實際的「嶼食YÜ SHI 系統」設計中，也更理解餐飲產業背後的數據管理與營運邏輯。這次的專題讓我將理論與實務結合，對未來無論是在學習或職場應用上，都有很大的幫助。

蔡佳妤:

透過這次的POS 系統報告，讓我有機會將老師上課所講述的資訊系統相關知識，實際應用在自創品牌的情境當中，也讓我更深入理解POS 系統在餐飲業中的重要性。過去我對POS 系統的印象只有「點餐與結帳」，但在這次報告研究後，才發現它其實整合了許多功能，例如點餐、掛單、庫存管理、會員資料、銷售分析以及後台營運管理等，能大幅提升餐廳的營運效率與管理品質。在規劃「嶼食」品牌的過程中，我也開始思考，如果未來真的經營自己的餐飲品牌，POS 系統將會是不可或缺的一部分。尤其像嶼食這種結合健康餐飲、科技化與智能化經營概念的品牌，更需要透過資訊系統去整合訂單、消費數據與顧客需求，才能提升服務效率與消費者體驗。雖然一開始覺得POS 系統的操作應該很簡單，但實際了解後才知道，背後其實包含許多複雜的系統設計與資料整合功能，也讓我更加佩服系統開發者的能力。

此外，在製作商業模式圖、SWOT 分析以及品牌規劃時，也讓我對「嶼食」的經營方向與市場定位有更深入的认识。透過這次報告，不只是學習到 POS 系統的功能與應用，更讓我了解到資訊系統如何真正影響一間餐廳的營運模式與管

企業管理資訊系統:以晨間廚房-雲悅科技為例

理效率。最後，也很感謝老師提供這次機會，讓我們能透過實際案例與自己生成POS 系統，把課堂中的理論知識真正應用出來。這不只是一次報告的製作，更讓我對餐飲管理、資訊系統以及品牌經營有了更完整的理解，收穫非常多。下地伶奈：

資訊管理這門課讓我對POS 收銀系統有了更深入的理解。以前的我只是站在「使用者」的角度，在餐廳掃描 QR code 後選擇自己想吃的餐點並送出訂單而已。然而，透過這堂課我了解到，在這些操作的背後，其實建構著非常精密的系統，因此才能讓點餐、確認訂單到料理製作的流程都能順利進行。我也深刻體會到，如果沒有這樣的系統，餐廳要順利營運其實是非常困難的。

我以前打工的麵包店曾經導入 iCHEF 的POS 系統，但當時的我並不了解新商品是如何被新增到收銀畫面中的。這次因為上課的契機，我特地去查詢了 iCHEF 相關的資訊，才發現商品的新增與設定其實比想像中還要簡單，讓我感到非常驚訝。

另外，透過 Gemini，我們也能自己簡單地製作POS 系統，並設計新店鋪的 Logo 與品牌形象，這個過程讓我覺得非常有趣。我們的「嶼食」品牌POS 系統中還加入了庫存警示功能，當商品售完時，顧客便無法再下單，藉此避免缺貨商品被誤點。以前我打工的餐廳需要透過人工方式來管理這些事情，因此我認為這種能夠自動控制的系統真的非常方便。

透過這堂課，我也重新認識到，雖然我原本對AI 與系統相關的內容有一定的陌生感與距離感，但只要理解其運作方式並學會使用，它們其實能夠讓生活與店鋪經營變得更加便利與豐富。此外，也因為有組員們的幫助，讓我能夠更容易理解原本一個人無法弄懂的內容。因此，這堂課對我而言，不只是學習知識而已，更讓我遇見了很棒的夥伴，並在互相合作中獲得了非常有意義的學習經驗。

壹拾參、參考文獻

- [1] 財團法人台灣網路資訊中心 (2025)。
台灣網路報告2025。取自 <https://report.twnic.tw/2025/>
- [2] 經濟部統計處 (2025)。
批發、零售及餐飲業經營實況調查報告 (民國114 年)。取自
<https://www.moea.gov.tw/>
- [3] 財團法人聯合信用卡處理中心 (NCCC)。(2024)。餐飲外送平台消費額屢破紀錄—解析千億元產業發展之消費樣態轉移 (信用卡消費大數據分析 PART3)。
https://www.nccc.com.tw/wps/wcm/connect/cdfe95fa-299a-4a6b-98e2-40e94bea466a/附件_餐飲外送平台消費額屢破紀錄-解析千億元產業發展之消費樣態轉移.pdf
- [4] CloudXurf, Inc. (n.d.)。
Xurf 數位點餐系統 (晨間廚房門市)。取自
[https://ec.cloudxurf.com.tw/?enterpriseID=XFlamorning&SHIId=04B14&ty
peId=scaneDesk](https://ec.cloudxurf.com.tw/?enterpriseID=XFlamorning&SHIId=04B14&typeId=scaneDesk)
- [5] CloudXurf, Inc. (n.d.)。
CloudXurf 雲端系統平台。取自 <https://new.cloudxurf.com/>
- [6] CloudXurf, Inc. (n.d.)。
CloudXurf 後台管理系統。取自 <https://new.cloudxurf.com/background/>
- [7] EasyStore. (n.d.). POS system blog. [https://blog.easystore.co/en-my/blog-pos-
system](https://blog.easystore.co/en-my/blog-pos-system)
- [8] WACA. (n.d.). Blog article 542. <https://www.waca.net/blog/id/542>
- [9] MK2000 晨間廚房. (n.d.). 官方網站. <https://www.mk2000.com.tw/>
- [10] 維基百科. (n.d.). 晨間廚房. <https://zh.wikipedia.org/zh-tw/晨間廚房>
- [11] KitchenNow. (n.d.). The rising trend of health food businesses.
<https://www.kitchennow.com.tw/blog/the-rising-trend-of-health-food-businesses/>
- [12] TBSA 台灣商務策進會. (n.d.). 文章頁面.
<https://www.tbsa.tw/p/406-1141-12642,r506.php>