

## 饗樂餐飲

# 實現年輕人照顧年輕人的創業使命

創立於 2013 年的 Q Burger 饗樂餐飲，只花十年時間，就在臺灣開設超過三百家連鎖早午餐店，成為早餐市場的後起新秀，更打破紀錄成為三十二年來首度獲得「國家磐石獎」肯定的餐飲品牌，為餐飲業大大爭光。此外，提早導入資訊系統佈局數位轉型，實現「年輕人照顧年輕人」的創業使命，是其獨特的成功關鍵。

在 Q Burger 有句話叫做「年輕人照顧年輕人」，這是饗樂餐飲董事長鄭瑞賓創業的初衷，藉由這個堅定信念加上正確的品牌發展策略，十年來 Q Burger 在競爭激烈的餐飲市場，除已開設超過三百家早午餐門市，更難能可貴的是，饗樂餐飲更在 2021 年榮獲中華民國第 30 屆國家磐石獎，成為這個被稱為中小企業界奧斯卡獎殊榮的獎項，創立至今三十二年來第一個餐飲服務業獲獎的企業。

## 為餐飲業贏得首座國家磐石獎

鄭瑞賓謙虛地表示，其實在餐飲業界，比 Q Burger 厲害的企業或品牌佼佼者還有很多，很感謝國家磐石獎評審的厚愛。拿到這個獎，對 Q Burger 團隊來說是一個很重要的里程碑，肯定團隊夥伴一路以來所做的努力，特別是從 2015 年就啟動數位轉型策略，於 2019 年推出早餐業界獨家訂餐 APP，讓品牌在遭遇 COVID 19 新冠肺炎疫情衝擊時，業績不但沒有受到影響，反而還逆勢成長 20 到 30%。

之所以在疫情前就投資 APP 訂餐系統，是著眼於為消費者帶來更便利的服務，而早餐又是容易產生複購的消費行為，顧客一旦下載 APP 並享受其便利性，基本上就回不去了。疫情加速了這樣的消費模式並養成習慣，因此相對於其他餐飲同業，Q Burger 過去三年的營運表現優異，才能幸運地拿到國家磐石獎，為餐飲業爭光。



饗樂餐飲董事長 鄭瑞賓

難能可貴的是，高度運用數位工具的饗樂餐飲並不具財團背景，也沒有富爸爸撐腰，和臺灣上百萬家中小企業一樣，這一切都是從鄭瑞賓與黃心乙這對創辦人夫妻，靠三十萬元的開店創業資本做為起點。

## 運用科技解決傳統問題

鄭瑞賓分享，現在回頭來看 Q Burger 連鎖化發展，很多人會認為陸續導入數位化工具，包括 SAP、Salesforce 和千家以上連鎖超商使用的 NEC POS 系統等，都是比較大型資本

的企業才會投資。Q Burger 具有遠見提早佈局，但其實是透過一步步探索消費者需求，從數位化、資訊化到數位轉型，逐漸演進才成為如今高度數位化的企業。

Q Burger 的「Q」，代表的意思是「品質」(Quality) 以及「快速」(Quick)。特別是早上九點半前，客人趕著上學上班，提供快速服務是首要目標；至於九點半以後來吃早午餐的客群，可能是送完小孩上學、剛買完菜的家庭主婦，或時間較彈性的自由工作者，他們來到早餐店會期待好的用餐品質。而不管是面







對早餐店拚速度的特性，或深化服務體驗的需求，做為數位時代原住民，Q Burger 一向以來擅長運用科技解決傳統問題。

事實上，在發展 APP 訂餐之前，Q Burger 內部就做了很多數位化工程。鄭瑞賓笑著說，永遠記得十幾年前踏入早餐產業，那時教他做餐點的師傅對他說，如果一天營業額超過一萬，就要辦一桌請大家吃飯。會這樣說是因為，當時早餐業幾乎沒有人導入 POS 系統，只靠人工接受訂餐，很容易因為三、四組客人同時上門，造成煎台人員無法負荷而爆單塞車，使得店家出現營業額天花板。為了突破這個瓶頸，鄭瑞賓和團隊四處尋找 POS 系統廠商，並依早餐店需求進行客製化改造，才導入適合連鎖早餐店使用的 POS 機。

### 臺灣早餐產業的數位化先鋒

進入智能化時代，Q Burger 持續加快數位

轉型的腳步。走進臺灣營運總部內的全新品牌概念店，可以看到迎合疫後減少接觸消費新常態，整合會員 APP 數位點餐系統設置的智能取餐櫃，消費者只要在線上完成點餐與付款，門市夥伴就能在指定取餐時間前完成訂單，並將餐點放入具保溫功能的智能取餐櫃中等待取餐，取餐後則會自動開啟紫外線燈進行滅菌。透過手機 APP 與門市數位系統整合的最大好處是，顧客可自由安排取餐時間，解決尖峰餐期排隊耗時、候餐時間過久等早餐店門市的痛點。

就這樣一步一步，Q Burger 陸續導入生產、行銷、人資、研發與財務等各部門的數位工具，其中又以滿足業務成長需求為最優先。等到前面所發展、累積的數據整理之後，最終再由企業資源規劃系統 ERP 進行整合。鄭瑞賓強調，如果沒有即時導入這些數位軟體工具，Q Burger 就會像很多連鎖餐飲前輩，因為後勤補給跟不上，開到三十家店時一大亂、五十

家店再一大亂，達一百家店又一大亂。

回頭來看，Q Burger 的數位發展策略之所以能帶動業績成長，關鍵在於經營團隊都有完整的門市歷練，能洞悉消費者真正的需求，並在導入系統之前先做好策略分析，確認真正能為門市營運帶來加分，才會進入採購階段。這種做法可說是同時進行「加法」及「減法」，加法是加軟體系統，減法則是減去不具效率的流程，而不是為了轉型而轉型地盲目採購系統。

### 洞察新世代消費者需求

眾所皆知，在臺灣開早餐店跨進的是標準紅海市場，Q Burger 敢先於同業大手筆投資科技系統，背後必定與創辦人是怎麼看待這個早餐品牌的定位，有著直接的關係。鄭瑞賓認為，數位轉型不過是企業持續發展的手段之一，Q Burger 饗樂餐飲其實把自己定位成一家科技公司，只是現在剛好在賣早餐；一開始就定調要做世界級的餐飲品牌。不過剛創業時人力較單薄、店格也較小，大家一度覺得談這樣的目標簡直是天方夜譚。

在這幾年的努力之下，經營團隊持續致力於進行系統化、品牌化的整合，2023 年更遷

### 品牌大事記

- 2013 Q Burger 正式誕生，目前總店數超過 320 家
- 2015 門市突破 20 家，打造平價、美味早餐
- 2016 門市突破 50 家，首次推出世界風味賞
- 2017 重金打造 1200 坪物流供貨中心
- 2018 成為臺北市食材登錄平臺首批早餐品牌；可朗芙早餐首創並取得商標註冊
- 2020 臺中千坪物流中心落成，服務中南部店家
- 2020 榮獲金峰獎—十大傑出企業、十大傑出企業楷模
- 2021 第 30 屆國家磐石獎，為餐飲業首度獲獎
- 2022 榮獲第 4 屆品牌金柏獎、第 2 屆數位轉型鼎革獎雙獎「數位轉型領袖獎」「數位轉型服務業楷模獎」，同年鄭瑞賓與黃心乙兩位創辦人獲頒第 45 屆創業楷模暨創業相扶獎
- 2023 斥資 12 億元打造全新 Q Burger 臺灣營運總部  
榮獲第 20 屆國家品牌玉山獎「連鎖餐飲品牌企業領導人」







用會員 APP 數位點餐系統，結合具保溫功能的智能取餐櫃，可解決尖峰期排隊耗時、候餐時間過長等餐飲門市痛點。

入位在新北市三重，斥資 12 億元、總計達 1,200 坪的全新臺灣營運總部，不但加速打造亞洲餐飲管理學院，培育更多國際餐飲人才，更自建食安實驗室及概念門市，在在展現出持續深耕臺灣、佈局全球的決心，努力成為讓臺灣人引以為傲的世界級品牌！

這個決心，也讓 Q Burger 從一開始和全臺上萬家早餐店一樣，只提供蛋餅、蘿蔔糕、薯條、雞塊或漢堡吐司等傳統餐點，到洞察新世代消費者想追求更優質的食材、更愉悅的用餐體驗，如今，Q Burger 已成為一家平價奢華風格的連鎖早餐餐廳。在菜單設計方面，提供比照飯店的套餐與刀叉餐具；進到明亮乾淨的用餐空間，可以聽到 Bossa Nova 輕音樂，也能輕鬆地翻閱店內提供的商業雜誌或書籍。特別是在食品安全方面，全臺每家店每天都會進行油品的自主檢測，自我把關讓消費者覺得安心；至於廚房作業區更與用餐區做出區隔，讓顧客輕鬆吃完早餐離開時，不會帶走任何一絲油煙味。

### 打造學習型組織 強化職場競爭力

對很多初次走進 Q Burger 饗樂餐飲臺灣營運總部大廳的訪客來說，會有種來到誠品書店或蔦屋書店的錯覺。因為沿著階梯拾級而上的兩側，擺放的都是策略思維與企業管理等相關書籍；每天早上八點半到九點，則是各部門的晨間閱讀時間，分享彼此的讀書心得或討論財經雜誌熱門議題。與其說這裡是企業總部，不如視其為一所大學校更為貼切。

提倡組織內部的學習風氣，來自展現打造品牌的雄心壯志，因為鄭瑞賓始終相信，品牌來自企業文化，而建立企業文化的關鍵在落實教育訓練。正如蘋果公司創辦人賈伯斯的座右銘：「求知若渴、虛懷若谷」（Stay Hungry, Stay Foolish），鄭瑞賓認為，企業發展的天花板就是領導人能力的天花板，一個部門的發展也受限於這個部門主管的天花板，而透過學習，就能突破自我能力的天花板，企業老闆才敢去邀請比他更厲害、更有能力的新血加入團

“ Happy Starts Here !  
創造每天第一個美好 ”

隊，如此企業才能永續成長。正因如此，在 Q Burger 饗樂餐飲，不晨讀、不學習、不成長的人，是等不到加薪和升遷的機會。

如同管理學上有所謂的「彼得定律」，指的是在組織或企業內部，人們會因其某種特質或特殊技能，令他被擢升到不能勝任的高階職位，最終卻變成組織的冗員及負資產。要打破這個定律，就得靠持續不斷的學習和成長，這就是為什麼鄭瑞賓對內部提倡閱讀，目的是希望夥伴建立起學習的好習慣，強化職場競爭力，如此才能跟著這個品牌發展自身職涯，而不是當遭遇瓶頸、能力無法突破時，一旦被年輕人超越，最後被迫離開公司，這樣對團隊或個人來說都是雙輸的下場。

### 品牌再造：「Happy Starts Here！」

做為臺灣早餐產業備受矚目的創新品牌，鄭瑞賓心中始終存著一個品牌夢，特別是在參加臺灣精品品牌協會 TEBA 舉辦的品牌策略實作工作坊，借鏡全世界知名品牌發展經驗，透過內部團隊重新梳理以及和顧問的緊

密合作，這個品牌夢可說是越來越清晰了。

就像全球知名的運動用品品牌 Nike，以「Just do it」做為和消費者溝通的品牌主張，它不一定是指運動，也不一定專指跑步，而是在任何事情上都可以展現的一種態度；對於 Q Burger 來說，「Happy Starts Here！」（創造每天第一個美好）則是在品牌再造後確認的品牌精神，希望每位顧客在 Q Burger 開啟新的每一天之後，都能開心地去上班上課；進門前還在吵架的小倆口，吃完早餐後一起迎接美好的一天；假日剛起床的小孩也可以這樣對爸爸說：「Happy Starts Here！」今天的快樂心情，就從這裡開始！

鄭瑞賓指出，這個品牌夢的終極目標，是打造 Q Burger 成為一個為全世界、全人類貢獻的品牌，希望有一天全世界各個國家的人，都知道 Q Burger 的早餐很好吃，而它是來自一座美麗的島嶼——臺灣。雖然臺灣在地球上這麼地渺小，但卻可以透過一道道美食，無遠弗屆地讓全世界知道這處寶島的存在！



Q Burger 文字雲正面關鍵字。