

品田牧場

行銷管理學期中報告

學校: 南台科技大學

系級: 日四技餐旅二乙

學號: 4A3M0902

姓名: 陳映竹

指導教授: 梁仲正老師

品田牧場

日式豬排・咖喱



目錄

壹、 公司介紹—品田牧場.....	2
一、 起源與發展現況.....	2
二、 命名與經營理念.....	2
三、 品牌紅三角.....	3
貳、 品田牧場產品介紹.....	3
參、 市場概況與市占率.....	4
一、 市場概況.....	4
A. 近十年餐館業營業額與年增率.....	4
B. 餐館業淡旺季.....	4
C. 餐飲業發展趨勢.....	4
二、 市占率.....	4
肆、 客單價與顧客族群分析.....	4
一、 客單價.....	4
二、 顧客族群分析.....	5
A. 時間與用餐性質(資料由徐瓊璨組長提供).....	5
B. 年齡層與性別.....	5
伍、 SWOT 分析.....	5
陸、 同業競爭比較.....	6
柒、 行銷策略.....	7
捌、 建議.....	9
一、 我與品田交流站.....	9
二、 其他建議：.....	9
📖參考資料.....	10

壹、公司介紹—品田牧場

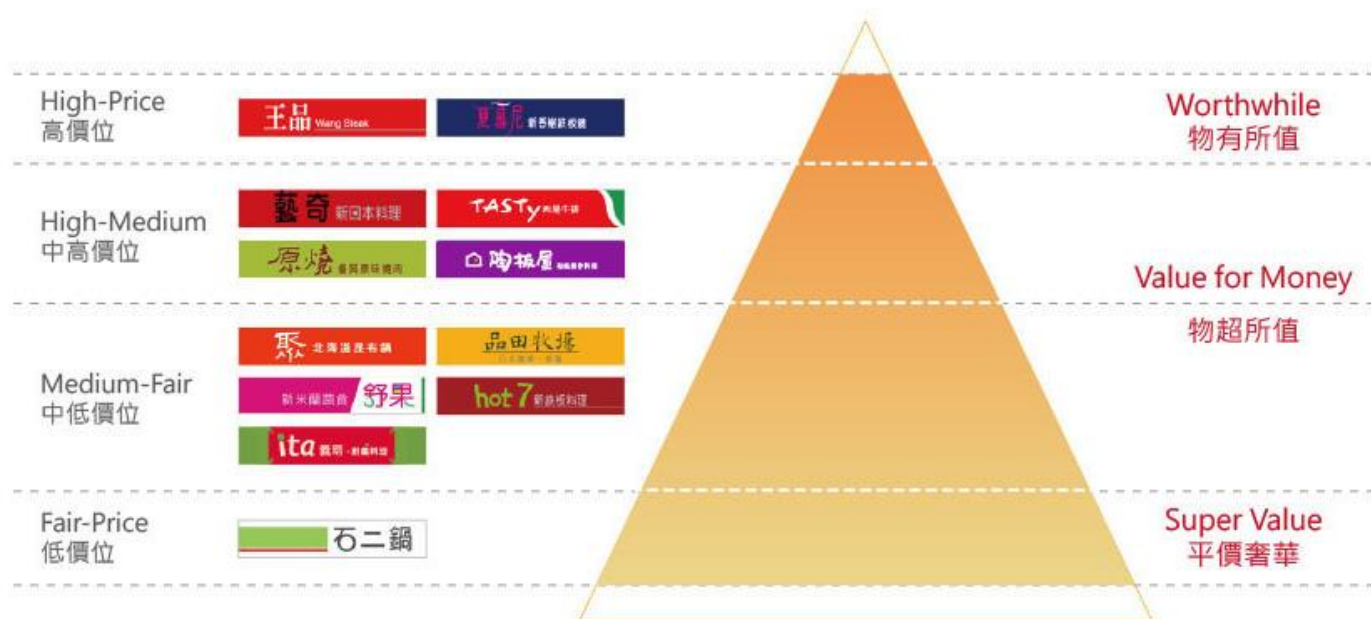
一、起源與發展現況

2006年，蕭文傑（當時王品副總經理；後為品田牧場總經理）為了創立平價品牌，回到20年前學習餐飲經營的日本東京進行考察。期間，他帶著家人一同前往當年駐足過的炸豬排店，在整個用餐過程中，每個人的臉上都呈現滿足的表情。餐後，他詢問家人的感受，小女兒回答到，吃日式炸豬排，有一種幸福的感覺！

品田牧場是王品集團旗下第一支平價品牌(現今歸類為中低價位品牌)，2006年7月開始籌備，並於2007年4月推出第一家店—南京東店，主打商品為日式炸豬排。目前台灣已有30家直營店。

（資料參考經理人 <http://www.managertoday.com.tw/articles/view/1404> 與《30》雜誌2007年4月號第032期）

價位Price Level :



（圖片來自王品集團官方網站）

二、命名與經營理念

日本之行不僅讓蕭文傑決定要「賣什麼」，更確立了風格關鍵字：「幸福」。以「幸福」這個做為基調，品田牧場的主色系為明亮的粉黃，象徵花卉為蒲公英，因為蒲公英不僅在全球四十餘國都有，種子更能乘風散播各地，就像幸福一樣無所不在。

品田牧場追求品質、品味、品牌三者兼具的「品」，也有著品味幸福的涵義；提供中價位高品質日式創意豬排料理，溫暖每個顧客的心「田」，代表暖暖心田。「牧場」則是由於在空間設計上，以青青草原我的家作為概念，打造如家一般，令人放鬆的用餐氣氛。

蕭文傑將餐飲服務視為美感體驗，而不光是滿足口腹之慾，從顧客進入餐廳開始，就如同一場首尾和諧的演出，每個環節都有其節奏，從規劃動線、餐點組合、上菜順序等，都須經過精心設想。

（資料參考經理人 <http://www.managertoday.com.tw/articles/view/1404> 與《30》雜誌2007年4月號第032期）

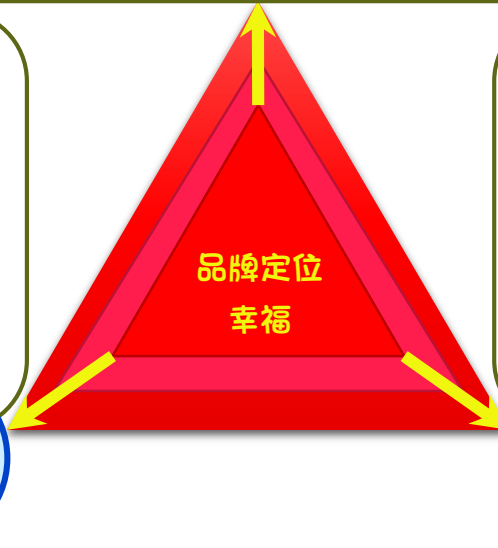
三、品牌紅三角

菜色
研發

- A. 十全食美: 蕭文傑指出日本人吃得簡單, 但台灣飲食文化中, 「幸福」就等於「豐富」。因此加入豐富多元的感覺, 再搭配上好吃(食美), 才能抓住台灣人的胃。
- B. 平價奢華: 不斷進行菜色的創新和研發, 設法將平價食材轉化為高價值產品。品田牧場以日式創意豬排為主要招牌餐點。

幸福是不受拘束, 所以品田牧場對服務的定義是「親切自在」, 服務人員與顧客接觸要親切, 但捨棄「上菜解說」等繁文縟節, 不多做打擾, 讓顧客感到輕鬆自在。

顧客
服務



現代日式: 線條都是直線, 所用素材單純, 沒有太多裝飾, 簡潔有型, 時尚精緻。品田牧場主色調是蒲公英般的粉黃色, 光線較明亮, 給人明朗溫暖的感覺。

用餐
氣氛

(徐瓊璨組長提供, 並參考經理人 <http://www.managertoday.com.tw/articles/view/1404>)

貳、品田牧場產品介紹



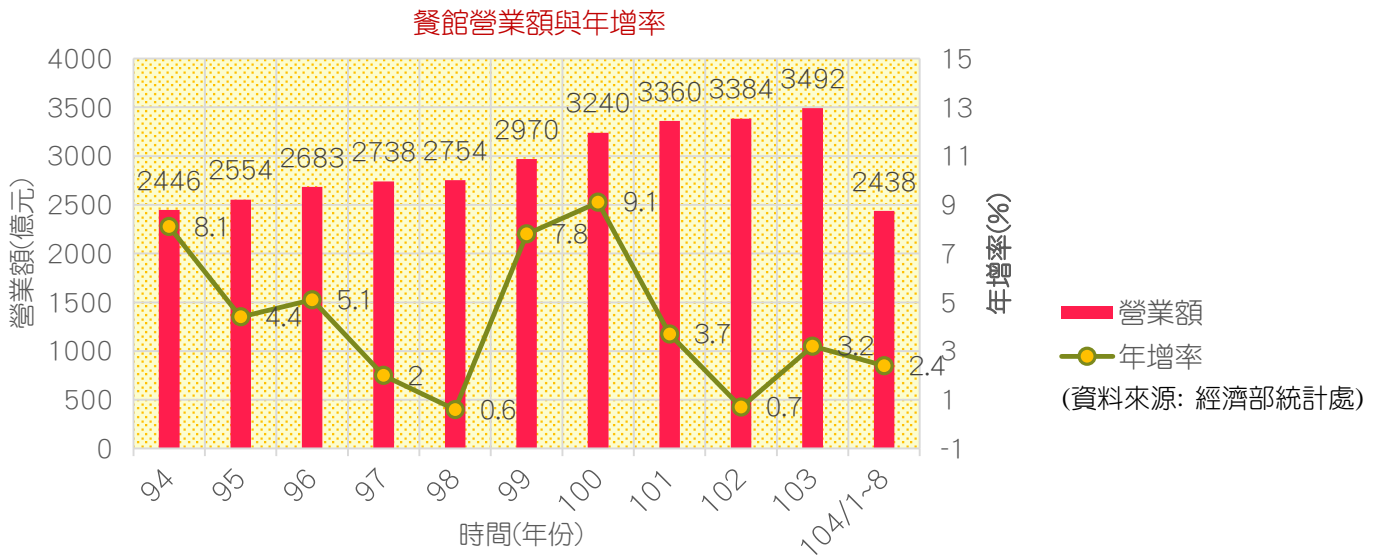
品田牧場以日式豬排料理為基礎, 發展出一系列的創意菜色, 再搭配幸福套餐或元氣套餐, 同時也提供客人單點的選擇。蕭文傑認為一套餐點就像戀情般, 要有高低起伏: 前菜要像初識般充滿新鮮與期待, 挑起食慾; 主菜要像熱戀期, 不僅外觀豐富, 味覺體驗更要高潮迭起; 最後的甜點飲料則要給人悠遠的溫柔, 溫暖顧客的心, 讓他們期待下次再來。品田牧場也會依季節在菜色上做變化, 以當令食材去烹調, 除了讓消費者品嚐到新鮮高品質的美食, 也能讓顧客保有新鮮感, 而左圖呈現的是於近期(10.10.17)光顧品田牧場竹北店所提供的餐點。

參、市場概況與市占率

一、市場概況

A. 近十年餐館業營業額與年增率

受連鎖餐飲品牌持續展店、觀光旅遊與美食文化行銷、外食人口增加，餐館業呈現穩定成長趨勢。



B. 餐館業淡旺季

經濟部統計處觀察近年各月營業額，提出餐館業具有明顯規律的淡旺季態勢，旺季主要集中在農曆春節前後一個月、五月母親節檔期及暑假，其餘各月波動幅度較不明顯。

C. 餐飲業發展趨勢

國內餐飲業者為縮減淡、旺季落差及符合民眾喜好需求，近年來採取「多品牌、快速展店、差異化及國際化」的經營策略。而美味營養的菜色將成為未來幾年國內消費者趨勢，未來餐點開發重點。對應國際發展趨勢，據市調公司 Technomic 研究，近半數消費者會依據食材天然、有機及具環境永續概念等特色，做為選擇餐廳之主要評估項目。未來餐飲市場的健康美味升級，已是大勢所趨。

(參考經濟部統計處產業經濟統計簡訊與食品所 ITIS 台灣餐飲消費行為分析)

二、市占率

品田牧場目前在台灣有三十家直營店，根據竹北店的徐瓊璨組長表示，在台灣日式豬排餐飲的市場中，品田的市占率大約在 35% 左右。

肆、客單價與顧客族群分析

一、客單價

品田牧場竹北店的徐瓊璨組長透露，以一個月來說，銷售額平均大約在 150 到 180 萬元，販賣 5000 至 6000 客，一個月客單價大約是 315 元。

二、顧客族群分析

A. 時間與用餐性質(資料由徐瓊璨組長提供)

時間	用餐性質
平日中午	商業聚餐
平日晚上	家庭聚會、朋友聚餐、小部門聚餐
假日	家庭聚會

B. 年齡層與性別

徐瓊璨組長表示，品田牧場的顧客族群年齡大約落在 16~35 歲，其中平日中午以 30 歲左右的上班族占八成，晚上家庭學生族群比對公司部門的比例為 6：4，而假日就是以家庭居多，年齡上分布就比較廣，但因為販賣的產品多是炸物，造成 60 歲以上的顧客群較為缺乏。在性別部分，徐組長表示炸物對女性的吸引力更強一些，比例上來看大概是女生 6 成，男生 4 成。



伍、SWOT 分析

優勢 Strength	劣勢 Weakness
<ol style="list-style-type: none"> 1. 完整員工教育訓練 2. 優質的服務品質 3. 創意化產品 4. 隸屬王品集團，品牌印象良好 5. 中價位產品提供高品質體驗 6. 地段選擇佳，鄰近停車場，停車方便 7. 持續開新分店，曝光率高 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 產品以豬肉為主，當豬肉上漲，成本會提高 2. 健康意識抬頭，對於炸物類的喜好不如以往 3. 廣告行銷略顯不足 4. 相對於競爭業者，座位間距較為狹窄 5. 對於吃素或不吃豬的顧客，餐點選擇性較少 6. 無開放加盟，經營成本高
機會 Opportunity	威脅 Threat
<ol style="list-style-type: none"> 1. 現代人外食情況普及 2. 消費者開始重視用餐的品質與體驗 3. 開始研發非炸類主餐 4. 多觀摩國外專業技術 5. 廣告媒體多元，增加其曝光率 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 餐館逐年增加，競爭激烈 2. 提升餐影品質，經營成本上升 3. 經濟不景氣，影響消費能力 4. 較少鄰近大眾運輸系統

(徐瓊璨組長提供與參考相關資料整理而成)

陸、同業競爭比較



目前台灣日式豬排的市場中，品田牧場市占率相當高，不過隨著餐館的逐年增加，品田面臨的競爭威脅也越來越大，從中高價位的勝博殿或銀座杏子，到三商企業旗下走平價路線的福勝亭，甚至是爭鮮旗下的定食 8，雖然主攻日式定食，但擁有超過 50 家店面的龐大勢力，許多日式豬排業者仍將其視為競爭對手。對於消費者而言選擇越來越多，但對業者而言挑戰也越來越大。以下是針對品田牧場、勝博殿、福勝亭、銀座杏子進行的比較。

品牌	品田牧場	勝博殿	銀座杏子	福勝亭
集團	王品集團	大成集團	六角集團	三商集團
店數	30	27	9	41
分布	北: 12 家；中: 8 家；南: 9 家；東: 1 家	北: 17 家；中: 3 家；南: 7 家	北: 6 家；南: 3 家	北: 23 家；中: 10 家；南: 8 家
餐點特色	創意豬排料理	頂級肉質的原味豬排料理	嚴選黑豚豬的正宗日式豬排料理	低價位豬排料理
氣氛	時尚簡約溫暖  (b123456382.nidbox.com)	傳統日式風格  (dinosaurs.pixnet.net)	傳統低調卻不失華麗  (portable.easylife.tw)	簡單樸實  (lamerdamour.pixnet.net)
服務	親切自在	專業制式服務	專業制式服務	半自助速食型態
價位	\$268~338+10%	\$260~450+10%	\$200~450+10%	\$150~220
主要顧客族群	所有消費者，其中商務客、家庭居多	所有消費者，但學生族群較少	主要鎖定在商務客	所有消費者，但商務客相對少，年輕或學生族群相對較多
優勢 S	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完整教育訓練 2. 優質的服務品質 3. 創意化產品 4. 隸屬王品集團，品牌形象良好 5. 中價位產品提供高品質體驗 6. 地段選擇佳，鄰近停車場，停車方便 7. 持續開新分店，曝光率高 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 日本品牌進軍台灣，知名度高 2. 大多與百貨業結合，停車方便 3. 產品多樣化，醬汁選擇性多 4. 座位寬廣 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 從日本引進的品牌，號稱呈現正宗日式豬排 2. 有商業午餐便當，外帶便當，吸引公司行號與商務客 3. 多樣化的產品，讓不喜歡炸物的顧客有更多選擇 4. 良好的服務態度 5. 多設點在百貨，停車方便，人潮多 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 不須排隊等候帶位 2. 人事制度健全 3. 速食型態，上餐快速 4. 價格相對較低，較受大眾接受 5. 店家設立於人潮多的地方 6. 利用多元促銷，打響知名度

劣勢 W	<ol style="list-style-type: none"> 1. 健康意識抬頭，對於炸物類的喜好不如以往 2. 廣告行銷略顯不足 3. 座位間距較為狹窄 4. 對於吃素或不吃豬的顧客，餐點選擇性較少 5. 無開放加盟，經營成本高 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 教育訓練不夠完善 2. 服務品質不夠完整 3. 價格較高 4. 活動促銷或消費優惠較少 5. 市場分配不均，多集中於北部 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 店家數量偏少 2. 產品價格偏高 3. 消費族群中家庭與學生偏少 4. 廣告行銷不足，曝光率較低 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 停車較不方便 2. 人潮多時，店內空間不足 3. 餐點不夠多樣化
-----------------	--	---	--	---

(參考各品牌官網與相關研究報告整理而成)

柒、行銷策略

行銷組合 4 P	分析	
產品策略 Product	高品質	品田牧場在食材的挑選上有所堅持，高品質的定義不是以昂貴、稀少來做為指標，健康才是關鍵，品田牧場所用的食材，從豬到油、麵衣，甚至是稻米、醬汁都是層層把關，也會依據季節、當令食材來變換菜單，維持消費者對品田的新鮮度，進而喜愛這家餐廳。
	創意性	一個具有特色的餐點與創新的菜名往往會影響消費者選擇，品田牧場的研發主廚團隊會將傳統日式豬排，融入平常或曾經吃過的美食概念，轉變為創意料理，帶給顧客視覺上的驚艷，並以西套餐的方式供餐。而且品田牧場的醬汁是讓顧客自己動手磨芝麻，讓顧客有除了品嚐美食外，還得到另一種體驗。
價格策略 Price	品田牧場在王品集團旗下是屬於中低價位的品牌，打進大眾市場，讓顧客有物超所值的享受。	
通路策略 Place	品田牧場設立據點時，會考量店租、人潮量、交通環境，加上因為目標客群是年輕人，因此會優先選擇在市區設點，從 2010 年起，更進軍百貨商場，另外也進駐量販店美食區，目前總店數達到三十家，除了東部店家較少外，北中南據點分布相對均勻。另外品田大多都有配合的停車場。	
促銷策略 Promotion	網路行銷	透過官方網站的經營，讓消費者了解充足且正確的資訊與近期的優惠活動，藉此增加新顧客的前往。
	網員行銷	王品集團所謂的網員行銷，是指網路會員行銷，這個策略主要是針對舊客戶，收集顧客基本資料。以入會禮、生日禮、結婚禮等吸引顧客加入會員，同時也可以維持顧客的忠誠度。
	事件行銷	活品牌的手法之一，與「活動」有著緊密的關連，像是「蛋蛋的幸福」秋季集點活動、「幸福袋著走，暖愛好天天」公益活動，皆緊緊的扣住品田的品牌定位「幸福」與產品銷售，透過這類的

		活動，不僅能適時的為品牌增加話題性、創造銷售，也降低了廣告的成本預算。
	公益行銷	透過發自內心的公益行為以及融合品牌定位的活動，像是目前進行的「幸福袋著走，暖愛好天天」，利用媒體的傳播報導、消費者的積極參與以及企業內部同仁的落實執行，成功地達成了落實社會責任、回饋大眾，同時也合宜的行銷了品牌。
	異業行銷	主要以三種方式進行：第一種是長期結盟策略，像是花旗響樂生活聯名卡；另一種為短期專業合作，七夕時與蘇菲亞合作的抽獎活動；最後一種是例行互惠，將優惠給特定對象如銀行持卡人。
	商圈行銷	根據商圈不同，掌握屬性，推出限定店家的促銷活動，增加業績，像是之前品田牧場針對設立在百貨的據點，桃園遠百、台中中友、安平家樂福三家店，推出假日午後的幸福荷包省 \$ 6 6。
	針對顧客族群	針對學生，推出謝師宴在師長桌招待小點心；針對女性，推出冰醋，降低對油脂過高的疑慮；針對公司聚餐，可能會提供不同的內容物或折價優惠。
人員策略 People	員工要求	外場－具有熱忱、抗壓性高、做事細心。 內場－手腳要迅速、對食材有基本了解、丙級證照。
	員工訓練	單店－每個月由訓練組上 4 堂課，進行一些觀念上的加強。 總公司－培養各工作站職能訓練，1～3 個月進行一次。 國外觀摩－每年皆會安排主廚輪流至日本學習炸豬排的技術。
	人員分配	外場平日中午 5 位，晚上 7 位，但周五晚上會安排 10 位，假日或連續假期中午和晚上都會有 10 至 11 位服務人員。大致上是預估一個服務員對十二位客人。
過程 Process	親切自在	相對於王品其他品牌，省略掉一些服務程序，親切待客，但不過度打擾，讓客人自在用餐。
	出餐快速	因為以炸物為主，出餐快速，讓一些趕時間的上班族安心用餐。
	意見卡	透過意見卡了解顧客想法，針對不滿意的地方改進。以一個月為單位，進行資料統計，像是竹北店在十月的滿意度有 95.74%。
有形展示 Physical Evidence	時尚簡約	多以線條為主的設計風格，沒有過多的擺飾或華麗的裝飾，營造出讓顧客輕鬆親切的環境。
	溫暖	燈光以橘黃光為主，營造太陽般溫暖的感覺。

(參考品田牧場官網、徐組長提供資訊與相關研究報告分析整理而成)



捌、建議

一、我與品田交流站

我的建議	品田的回應
品田牧場品牌定位鮮明且具特色，又有良好的實力背景，未來可以打入國際市場，讓品牌國際化，擴大品牌發展。	國內市場目前已達目標，並且呈現飽和，近期不會再有所拓展，而進軍國外是必然的趨勢，未來一定會打入國際市場。
在菜單上完全沒有素食，考量到團體聚餐時可能會有吃素的顧客，未來可以考慮增加素食者可享用的主餐。	品田在素食方面沒有專研，所以也就不提供素食，避免有任何疑慮，而的確多少會碰到團體聚餐上的困擾，這方面品田表示他們的對策是可以幫忙代訂，或是請吃素的顧客自己帶餐點，可以交給品田幫忙擺盤，不收任何費用。
針對現今餐飲趨勢，大眾越來越重視健康無負擔的飲食享受，可以多研發非炸類主食。	<ul style="list-style-type: none">➤ 品田雖然以炸物為主，但油的部分絕對是天天換，不使用回鍋油，並且如果顧客需要會提供蘋果冰醋，減少身體負擔。➤ 現在食安風暴問題嚴重，為了讓消費者安心，品田在官網上都有食品雲，顧客可以在網上查看食材介紹與食品履歷。

（表格呈現我和徐組長的交流）

二、其他建議：

- 針對經濟部的調查結果，餐館業旺季主要集中在農曆春節前後一個月、五月母親節檔期及暑假，那麼可以利用這些時刻，做一些活動，像是春節期間製品田用餐，贈送紅包袋與優惠券；母親節推出限時套餐，就是只在五月供應的餐點，引起消費者關注。
- 平日中午時段人潮相對較少，而品田在這個時間的主要客群為商務客，可以推出系列商業外帶便當，應應消費者需求。
- 現代消費者越來越注意品質與體驗，品田可以考慮在用餐環境上，把相鄰的桌子距離拉大，不要讓走道太狹窄；在女性廁所內，提供女性生理用品，一個小舉動會讓顧客好感上升。
- 可以將品牌故事放在官網，甚至是呈現在店家中，如菜單背面，桌子上的小文宣。



參考資料

品田牧場竹北店徐瑛璣組長提供資料

高端訓 (2012)。WOW! 多品牌成就王品。台北市：遠流

30 雜誌 (2007/4 第 032 期)。王品集團「品田牧場」的跨界心血－讓豬排飯成為首尾諧和的演出

品田牧場經營策略分析 <http://www.shs.edu.tw/works/essay/2012/11/2012110110041185.pdf>

品田牧場成功關鍵與顧客滿意度分析 <http://elearning.ice.ntnu.edu.tw/km/Data/Teacher/16578/Data/%E6%95%99%E6%9D%90/7487/11.pdf>

嚐出幸福的滋味 <http://podcast3.fsvs.ks.edu.tw/assets/documents/1054/original/d41d8cd98f00b204e9800998ecf8427e.pdf?1378629429>

與豬排在大自然的邂逅 <http://moss2007.shinmin.tc.edu.tw/admunit/resource/library/DocLib3/1001115/與豬排在大自然的邂逅品田牧場.pdf>

「品味幸福，暖暖心田」 http://www.clvsc.tyc.edu.tw/ezfiles/0/1000/attach/21/pta_5173_2494357_69435.pdf

豬排裡溢出的幸福－福勝亭 <http://www.shs.edu.tw/works/essay/2011/03/2011033010133929.pdf>

經理人月刊。做好前期規畫，日常營運做到位 <http://www.managertoday.com.tw/articles/view/1404>

品田牧場官方網站 <http://www.pinnada.com.tw/index.html>

福勝亭官方網站 <http://www.tonkatsu.com.tw/index.aspx>

銀座杏子日式豬排官方網站 <http://www.ikingza.com/index.php>

勝博殿官方網站 <http://www.saboten.com.tw/index.php>

王品集團官方網站 <http://www.wowprime.com/index.html>

經濟部統計處。產業經濟統計簡訊(104.10.15)

台灣餐飲消費行為分析 http://www.firdi.org.tw/Bulletins_Detail.aspx?BulletinID=30000837