

沒開成的紐約分店，為何讓開井 老闆決心要做「餐飲業台積電」？



2021. 12. 07

李淑霞

疫情改變人們消費習慣，傳統餐飲業首當其衝，各家業者紛紛投入外送市場、研發冷凍及冷藏商品等...。近兩年興起的「雲端廚房(Cloud Kitchen)」倍受矚目，隨著外送的興起，**以網路平台為店面的雲端廚房**也應運而生，**運用「科技化」和「自動化」建置廚房**，**串連外送服務**，替餐飲業者省下營運成本，加速各品牌的拓展。

比的不只是美味，而是誰更能善用科技，整合美食與大數據，掌握新客群。



實體餐飲業的科技革新



超越五星飯店的科技廚房

2021年6月23日正式營運的「foodfab」是一個全新的雲端廚房品牌，創辦人郭建洲有著科技業的背景，跨足餐飲與「開井」執行長楊哲瑋共同創辦，斥資3,000萬打造了「foodfab」，強調15分鐘內現點現做、五秒內智慧接單系統、自主食材來源監測等優勢，強勢進攻雲端廚房市場。



「開井」創辦人楊哲瑋（右）與「光群雷射」二代郭建洲（左）成立「腹飛雲廚」，為代工外送餐的虛擬餐廳佼佼者。

Foodfab介紹

<https://www.youtube.com/watch?v=b2V7wemW9E4>

策略

1. 不自創品牌搶生意，讓客戶放心。
2. 代工還兼建立SOP，幫品牌升級。
3. 不需洩漏商業機密，也能還原料理。
4. 用工廠流水線管理廚房

謝 謝 聆 聽