



金色三麥

金色三麥餐飲 股份有限公司

LEBLEDOR F&B CO., LTD

股票代號 7757

免責聲明

- 本簡報所提供之資訊，包括但不限於部分前瞻性陳述或預測性資訊，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所預測之資訊，具有風險及不確定性，投資人應審慎評估。所有資訊內容不代表任何形式之推介、要約、承諾、勸誘或保證，亦不應被解讀為投資建議。
- 本公司聲明對於投資人依本簡報所提供資訊進行任何投資行為所產生之風險與盈虧，不負任何責任。本公司未來實際營運結果可能與前述資訊有所差異。其原因包括但不限於市場需求、價格波動、國際情勢、競爭態勢、各種政策法令與金融經濟現況之改變，以及其他本公司無法掌控之風險等因素。本公司不因實際發生之事件或狀況而負有主動更新或修訂該等預測性資訊之責任。
- 本簡報所提供之資訊，係反應本公司截至目前為止對於未來之看法，並未表達或保證其具有正確性、即時性、完整性或可靠性。對於該些看法，未來若有變更或調整時，本公司並不負有更新或修正之責任。

本公司之產業、營運及其他重要風險

一、產業風險

(一) 食品安全及衛生

近年來，臺灣接連發生多起重大食品安全事件，促使消費者對於食品安全標準的要求大幅提升，並加深對外食產品之疑慮。現今消費者在飲食選擇上，除講求美味外，更重視食材的安全性、健康性及用餐環境的整潔衛生，且普遍關注食材之產地來源及是否通過相關檢驗與認證。現今消費者現已傾向選擇擁有良好信譽及優質品牌形象之業者作為消費首選，此外，業者若能主動提供透明且完整的食材履歷資訊，並具備完善的危機應變機制，適時妥善處理食安相關議題，將有助於強化消費者信賴，有效降低重大食安事件對企業品牌價值所可能造成的負面影響，進一步穩固市場競爭力。

(二) 餐飲業市場競爭激烈

外食人口增加擴大餐飲消費需求，惟餐飲業因產業進入門檻較低，替代性較高，除國內各類型的餐飲業興起展店外，國際知名餐飲品牌亦陸續進入臺灣市場，整體餐飲業家數持續成長，消費者用餐之選擇漸趨多樣，使得市場競爭日益激烈。

本公司之產業、營運及其他重要風險

二、營運風險

(一) 人才培養不易，人員流動性高

餐飲業係屬勞力密集產業，為提供良好顧客體驗、流暢作業流程及服務品質，仍需要投入大量人員。配合門市營業時間長且顧客人潮多集中於晚上、周末及節慶假期，餐飲服務人員必須輪班及輪休，在工作與休假時間不固定的生活步調下，使門市服務人員留任意願降低，人員流動率高。

(二) 營運成本持續攀升

近年來國際經濟局勢緊張，包括中美貿易戰及烏俄戰爭等因素導致全球通貨膨脹惡化，使得餐飲業食材成本上漲，而近幾年本公司為擴增營運規模持續展店，在基本工資持續調漲及面臨人力短缺之情形下，調漲薪資亦使人事成本逐年上升。

三、其他重要風險：

本公司其他重要風險請詳公開說明書：壹、二、風險事項之說明。

本公司之產業、營運及其他重要風險

四、補充揭露事項

財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心董事會暨上櫃審議委員會要求補充揭露事項：

(一) 風險事項：

1. 貴公司所屬餐飲業進入門檻低、競爭激烈，人才招聘不易且員工流動率高，有關貴公司面臨同業競爭及人力短缺之風險及所採具體因應措施之說明，暨推薦證券商之評估意見。
2. 貴公司從事餐飲自製及連鎖餐飲銷售，食品安全為重要營運風險，有關貴公司確保食品安全衛生所訂定之管控機制及落實執行情形之說明，暨推薦證券商之評估意見。

(二) 特別記載事項：

1. 有關貴公司業績變化合理性及未來發展性之說明，暨推薦證券商之評估意見
2. 貴公司設有會員制度，致有蒐集消費者個人資料之情事，有關貴公司避免消費者個人資料外洩及強化資訊安全作法之說明，暨推薦證券商之評估意見。

因應措施及其他詳細揭露說明請各位參閱資料袋中的補充說明，並請參閱公開資訊觀測站本公司現金增資發行新股申報用之公開說明書稿本。



釀蜂蜜啤酒 與世界交朋友

"Craft honey beer, connect with the world."

禁止酒駕



未滿十八歲禁止飲酒



大綱

LEBLEDOR F&B CO.,LTD

OUTLINE —

- 企業介紹
- 經營理念及特色
- 營運實績
- 競爭優勢
- 永續發展
- 未來展望

公司簡介

公司名稱 金色三麥餐飲股份有限公司

董事長 葉冠廷

總經理 葉淑芬

資本額 219,180,000元

員工數 896人 (114 / 07 / 31)

飲品釀造廠 新北一廠、新北二廠

生鮮鏈中心 新北廠

烘焙廠 新北廠

營業項目 飲品製造及銷售業務 (含精釀啤酒)
餐廳經營管理及行銷業務
各式甜點銷售及其他業務



金色三麥

民國
103年
成立

總店數
40家

8
大品牌

金色三麥大事紀

MILESTONES OF LEBLEDOR F&B CO., LTD.



董事會成員

董事九席，五席為一般董事，四席為獨立董事，董事中有二席為女性董事
選任日期：113.10.23/任期三年

	職稱	姓名	主要學經歷	持股比例
1	董事長	龍運投資股份有限公司 代表人 葉冠廷	政治大學EMBA就讀中 Semiahmoo Secondary School 加拿大塞米亞摩高中 龍昇酒業(股)公司董事、釀酒師 金色三麥食品行銷(股)公司董事 金色三麥餐飲(股)公司執行長	27.87% (1.58%)
2	董事	龍運投資股份有限公司 代表人 葉榮發	東港高級海事水產職業學校漁撈科 龍昇酒業(股)公司董事長 金色三麥食品行銷(股)公司董事長 金色三麥餐飲(股)公司董事長室顧問	27.87% (0.00%)
3	董事	葉淑芬	龍華科技大學資訊管理研究所碩士 修平科技大學化學工程系學士 宇祥通訊有限公司負責人 金色三麥食品行銷(股)公司副總經理 金色三麥餐飲(股)公司總經理	1.16%
4	董事	薩摩亞商Golden Friends Alpha Limited 代表人 秦家騏	元智大學財務金融學系碩士 元智大學財務金融學系學士 蔚華科技(股)公司副董事長	20.26% (0.00%)
5	董事	許麒麟	淡水國中 龍昇酒業(股)公司董事 金色三麥食品行銷(股)公司董事	4.45%

董事會成員

董事九席，五席為一般董事，四席為獨立董事，董事中有二席為女性董事
選任日期：113.10.23/任期三年

	職稱	姓名	主要學經歷	持股比例
6	獨立董事	吳佳蓉	臺灣大學法律系學士 全國加油站(股)公司獨立董事	0.00%
7	獨立董事	黃家齊	臺灣大學商學研究所博士 中原大學企業管理研究所碩士 成功大學管理學院工業管理系學士 政治大學企管系主任 政治大學商學院副院長	0.00%
8	獨立董事	徐政義	政治大學財務管理學系博士 中山大學財務管理學系碩士 中山大學財務管理學系學士 美國湖畔聖母大學University of Notre Dame客座助理教授 中央大學財金系助理教授、副教授、教授、系主任	0.00%
9	獨立董事	張正明	美國康乃爾大學食品科學系博士 臺灣大學食品科技研究所碩士 臺灣海洋大學水產製造所學士 臺灣海洋大學食品科學系副教授 中華民國衛生福利部食品安全與營養諮議會委員	0.00%

投資架構及企業分工

金色三麥餐飲股份有限公司
(餐飲經營、管理)
(中央廚房、烘焙廠)



100%

龍昇釀造股份有限公司
(酒類製造、零售)
(釀酒廠)

55%

睿欣餐飲股份有限公司
(餐飲經營)

55%

柏睿餐飲股份有限公司
(餐飲經營)



「餐」、「酒」雙引擎

Dual Engines of Dining and Brewing

酒類飲品製造及銷售



販賣通路

CVS

四大便利商店

7-11，全家便利商店，萊爾富，OK-mart

Super

本土連鎖超市頂級生鮮超市

全聯福利中心，家樂福便利購，Mia C'bon

Hyper

連鎖量販大型指定賣場

好市多，家樂福，大全聯

Mall

百貨超市、精品超市生活連鎖藥妝

樂比亞，微風超市，City Super，寶雅POYA



連鎖餐飲

SUNMAI BAR

金色三麥

桃園機場餐飲通路

昇恆昌

頂級連鎖Buffet餐廳



客製化設計

高粱品牌特製啤酒
金門酒廠

美系連鎖咖啡品牌
星巴克

日系家居生活品牌
MUJI無印良品

大型美妝生活品牌
寶雅POYA

自釀啤酒

◆ 亞洲原創系列-
玻璃瓶裝350ml

蜂蜜啤酒 / 暗黑蜂蜜
包種茶啤 ...等款式

亞洲原創系列不定期限量上市



◆ 經典系列-
玻璃瓶裝1,000ml

琥珀啤酒 / 黑麥啤酒
德式小麥啤酒

傳承自德國釀造學院
精準工藝，釀出各式麥芽的美好



◆ 其他釀造系列-
玻璃瓶裝500ml

MISSS 蜂蜜氣泡酒

台灣特選荔枝蜜搭配龍眼蜜
與香檳酵母共同發酵
展現發酵工藝



◆ 鋁罐系列-
鋁罐裝500ml

晃晃白啤 / 芒果啤酒
桃子啤酒...等款式

輕鬆自在地開罐享用



◆ 鋁罐系列-
鋁罐裝330ml

檸檬百香
葡萄調酒

小容量易飲更輕鬆



◆ 派對桶系列-
鋁罐裝5,000ml

蜂蜜啤酒
ZERO

多人共享大包裝



禁止酒駕 未滿十八歲禁止飲酒

客製化酒款

經營理念及特色

LEBLENDOR F&B CO., LTD



禁止酒駕 未滿十八歲禁止飲酒

多角化經營、產品多元

金色三麥以多元的產品線、穩定的原物料供應與品質控管，奠定餐飲與酒品市場的領導地位。
從創新料理到自釀啤酒，皆展現對食材選擇與供應鏈管理的嚴謹態度。



料理

西式、日式與無國界料理
(如德式豬腳、義大利麵、漢堡、披薩等)



酒類

自釀蜂蜜啤酒、德式風味啤酒、以水果與茶為基底的在地精釀啤酒



其他

調酒、無酒精飲品
等多元延伸產品



甜點

自有烘焙廠，開發檔期
伴手禮、季節蛋糕以及
常溫甜點

旗下品牌

品牌名稱	金色三麥 Lebledor	微兜 petit doux	BAC	咖哩樹
品牌 LOGO				
定位	連鎖精釀啤酒餐廳	地中海料理	精品巧克力甜點	連鎖咖哩餐廳
特色	主打自家釀酒廠新鮮直送純鮮啤酒 各式經典美式餐點及異國料理	主打奢華食材配低碳水飲食,為女 性提供典雅舒適的用餐環境	嚴選比利時巧克力原裝法國鮮 奶油當季新鮮水果製成	以天然果泥熬煮72小時的濃醇日 式咖哩
門店數	20間	5間	4間	4間

品牌名稱	SUNMAI	SUNMAI BURGER	BLAH BLAH Bar	SPORTS NATION
品牌 LOGO				
定位	啤酒飲品製造零售、啤酒吧	漢堡啤酒吧	經典調酒	運動餐廳酒吧
特色	亞洲唯一囊括全球五大啤酒賽事金 牌大獎擁有ISO22000及HACCP認證	釀酒麥渣研發漢堡麵包 全台首座打酒牆各式啤酒及飲品	信義區自助調酒吧 自由混搭酒飲及佐酒小食	身歷其境大巨蛋關注運動賽事的 同時享用美式餐點及低碳水餐點
門店數	通路+SUNMAI Bar 4間	1間	1間	1間

各品牌營收占比



連鎖精釀啤酒餐廳
總店數：19間 / 營收占比71%



啤酒飲品製造零售、啤酒吧
總店數：4間 / 營收占比11%



地中海料理
總店數：5間 / 營收占比7%



漢堡啤酒吧
總店數：1間 / 營收占比1%



精品巧克力甜點
總店數：4間 / 營收占比3%



經典調酒
總店數：1間 / 營收占比1%

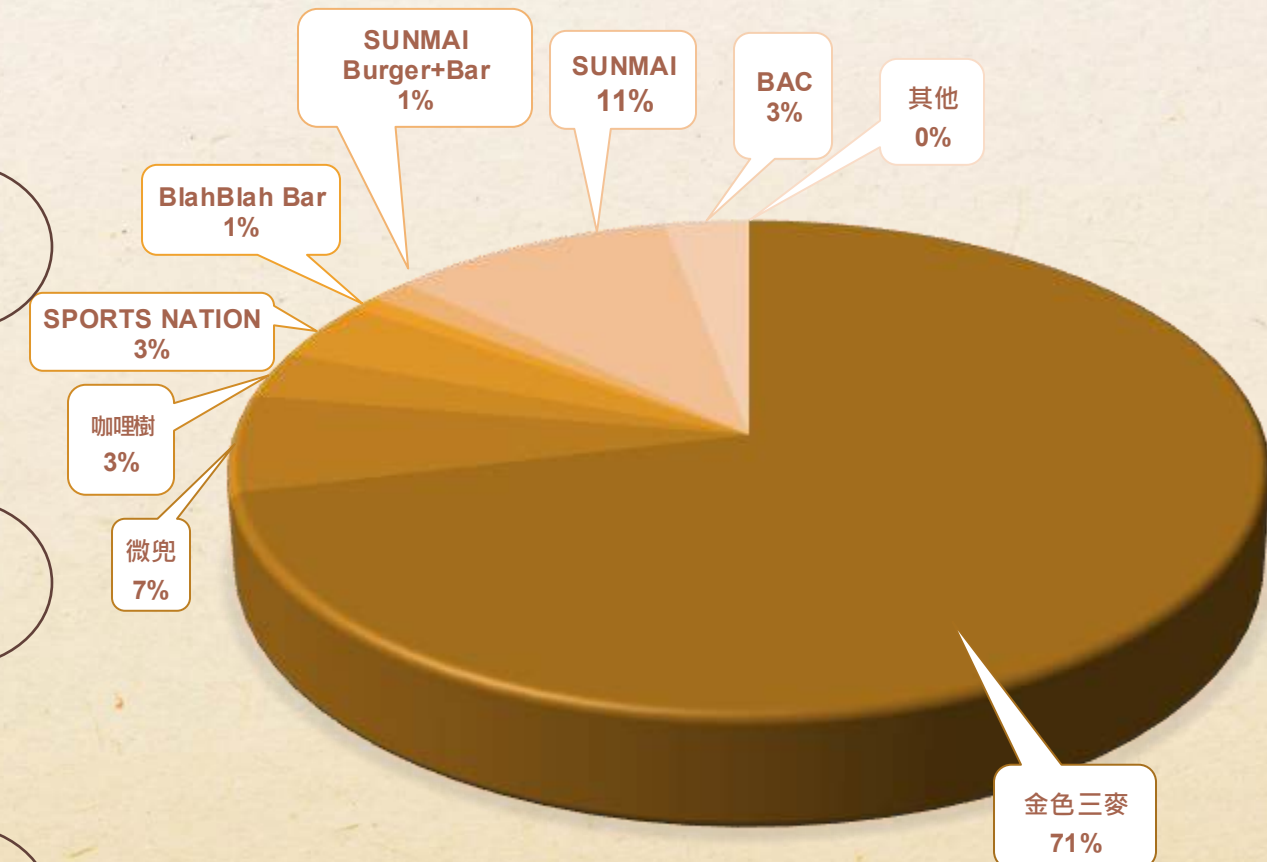


連鎖咖哩餐廳
總店數：4間 / 營收占比3%



運動餐廳酒吧
總店數：1間 / 營收占比3%

113年度



各品牌營收占比

114年上半年度

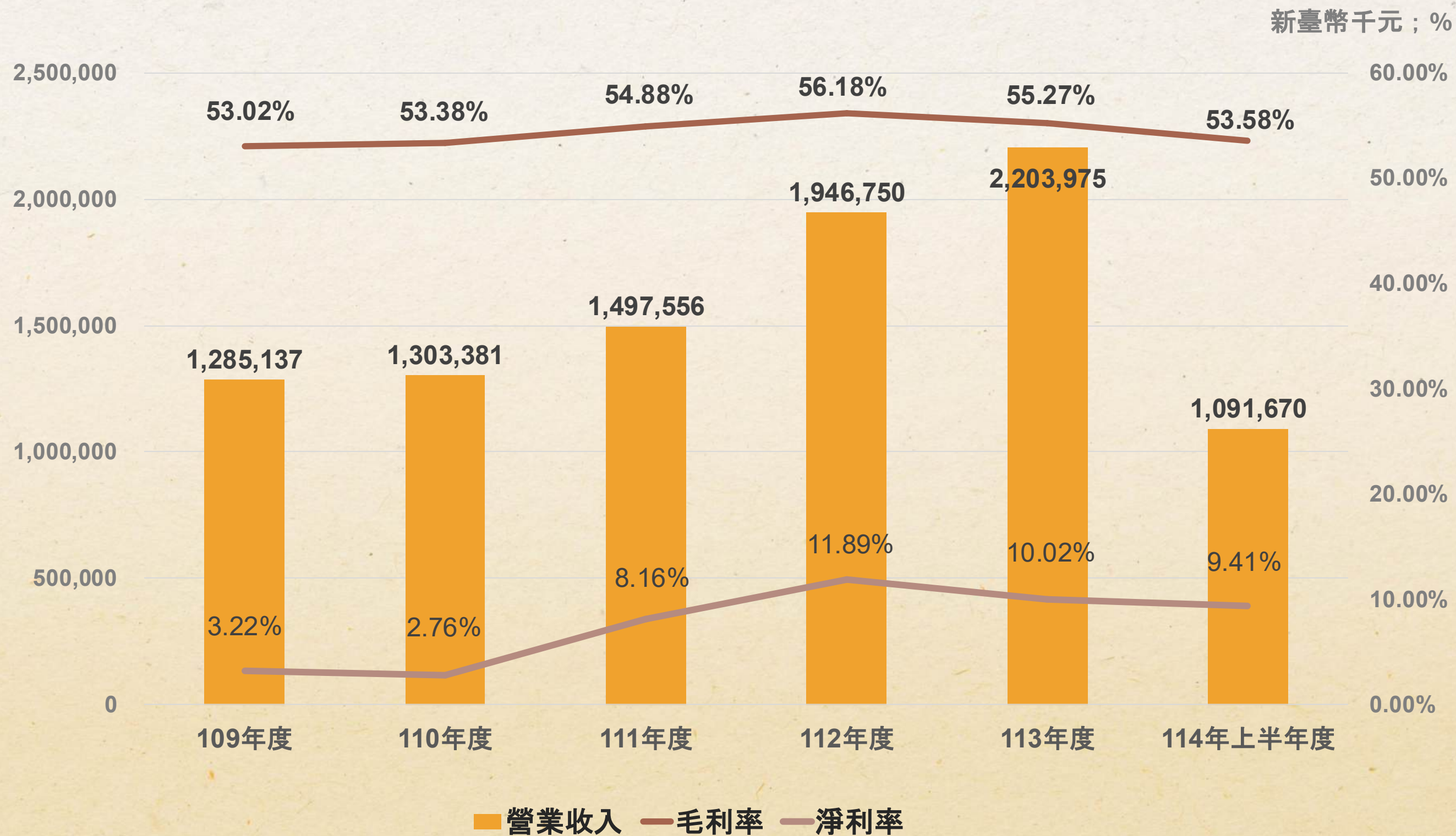


不追求展店的速度,追求品質的高度

Food safety and quality over speed.

經營實績

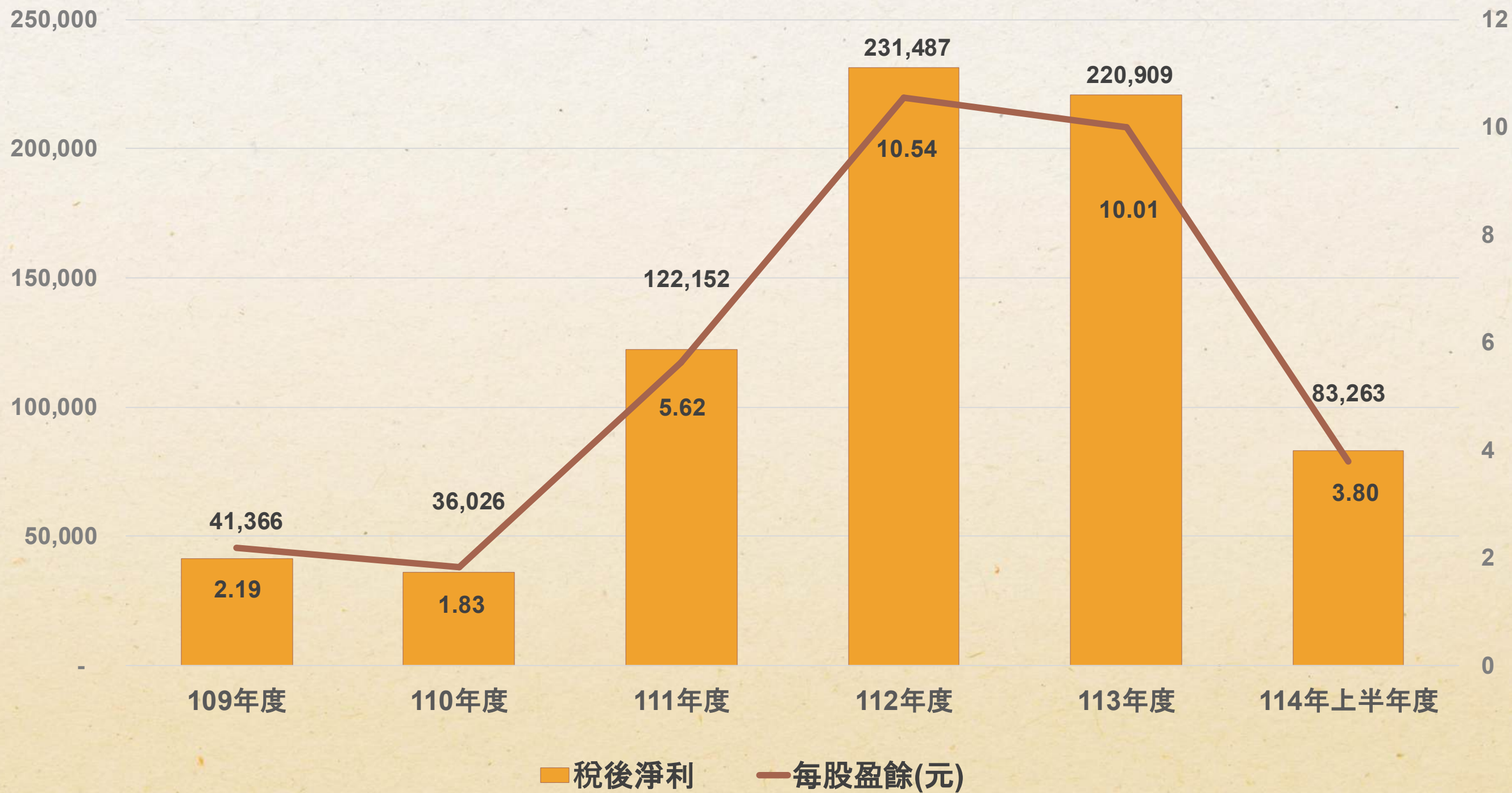
近五年營業收入、毛利率、淨利率



經營實績

近五年稅後淨利、每股盈餘

新臺幣千元，每股盈餘元



競爭利基

優秀的經營團隊及誠實、利他、 分享的企業文化

近年來積極網羅優秀人才，持續進行組織變革，
虛心學習及成長，
期許獲得市場的認同與信賴。

多角化經營及銷售模式，降低營運風險

除了精釀啤酒外，有餐點、糕點、調理包，
也與多家公司聯合開發微波食品，
多品牌多產品經營，分散營運風險。

完善之行銷通路

銷售管道多元，除了自有餐廳銷售外，
並積極開發餐飲同業的銷售渠道，
建立完善健全的銷售通路網。

食品安全衛生管理，讓消費者食的安全又放心

中央廚房及各部門每年接受稽查，
取得「HACCP」合格認證，
自行提升食品安全層次，對消費者的健康嚴格把關。

食安管理

公司在食安中所做之各項控管及具體成果

金色三麥為第一家
導入HACCP之連鎖餐飲業
(金色三麥門市16家)



給你太空總署NASA的高品質



全台第一家榮獲HACCP
評鑑通過連鎖餐廳

食安制度導入

- ✓ ISO22000 (四座工廠均經驗證)
- ✓ HACCP (四座工廠均經驗證、金色三麥門市16家)

教育與人員資格

- ✓ 食安相關教育訓練：基礎與進階食品衛生安全課程
- ✓ 廚師證照比例提升 (一般餐飲需達 50%)

檢驗與源頭管理

- ✓ 文件審查、供應商評鑑
- ✓ 門市餐點、用水用冰、工廠產品、委外原料自主檢驗

流程與控管

- ✓ 原料驗收與溫度控管
- ✓ 食材送檢、自檢及供應商管理
- ✓ 完整作業流程與風險分析
- ✓ 門市衛生監測與食安稽核，並設緊急應變機制



食安管理

公司在食安中所做之各項控管及具體成果

✓ 為什麼選擇金色三麥餐廳做為導入HACCP的對象？

- 1.餐飲事業的起始點
- 2.門市數量多、供餐類型多元
- 3.營收占比高 (達合併營收約71%)

✓ 金色三麥餐廳執行HACCP帶來的成效：

- 1.降低食品安全風險 (交叉汙染、食品中毒)
- 2.維持食品品質穩定
- 3.提升人員對於衛生安全的意識
- 4.有即時的應變能力 (製程相關紀錄、原料供應的追溯)



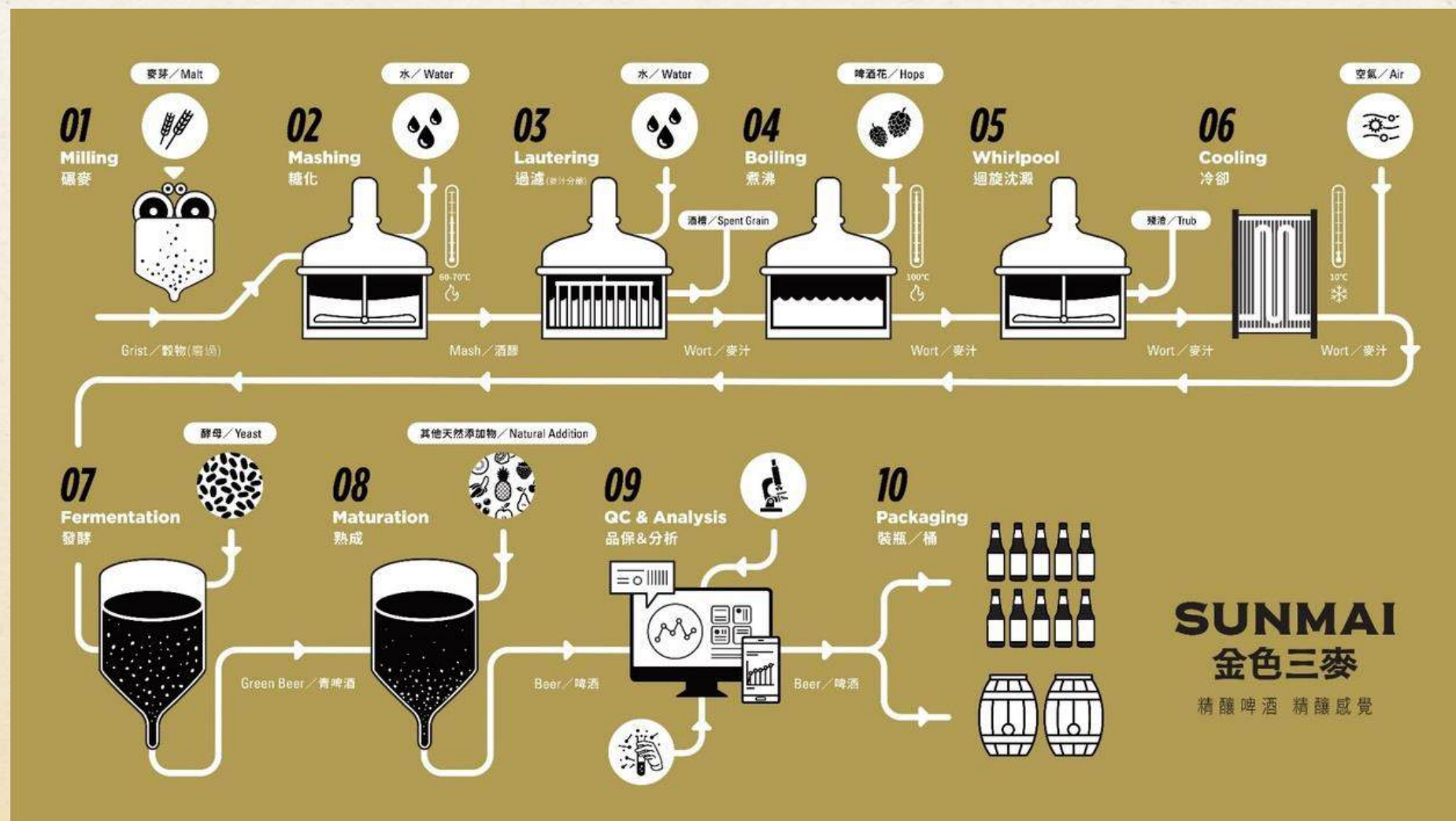
競爭優勢_自釀飲品



以餐酒生活風格的開創者為使命，以「成為全球華人第一啤酒品牌」為願景

總產能：3,000公噸/年

- 新北一廠（桶裝、瓶裝生產線）
- 新北二廠（瓶裝生產線）



接軌國際標準，承襲德國設計，引進充填設備，導入新產品製程，成功控制影響啤酒風味。麥芽、啤酒花、酵母和水，搭配在地原物料，勾勒出風味穩定且具有亞洲元素的特色產品。

全亞洲唯一，囊括全球五大賽事金牌精釀啤酒廠

通過國際「ISO22000」及「HACCP」認證的精釀啤酒廠

在同質化競爭激烈的餐飲市場

金色三麥是全台唯一「餐」「酒」雙引擎發展的餐飲業者，創新空間體驗與服務，建立競爭門檻，走出差異化發展道路。



啤酒產品差異化優勢

自有釀酒廠具高產能，結合在地食材開發創意風味啤酒，展現台灣精釀特色並躍上國際舞台。



多品牌與餐飲差異化

佈局多元品牌與分眾菜系，串聯本地小農、強化直營控管，提升餐飲品質一致性與營運效率。



自有工廠製造優勢

旗下擁有四座工廠，涵蓋啤酒、調酒、甜點與冷凍餐點製造
具備跨品類、全鏈整合能力，從開發到量產可快速對接，支撐多品牌與通路營運需求。

金色三麥不只站穩啤酒品質與市佔排名，也掌握世界飲酒趨勢：RTD(ready-to-drink)即飲型調酒與低酒精，靈活運用釀造專業持續開拓出非啤酒產線：調酒、康普茶、無酒精飲品超過40多款，共鳴年輕世代的飲酒趨勢。



罐裝調酒

與知名酒吧 Barmood 創辦人 Nick 合作開發調酒，並與華航推出機上聯名酒款成功引發通路熱銷與媒體話題。



現打調酒

融合中西素材打造多款熱門調酒，搭配釀酒團隊即時支援，可依現場反應快速調整酒款，持續推出人氣新品。



與同業差異比較

結合 AI 漲跌機制與互動科技，打造全球首創酒精交易所體驗，實現商品動態定價與沉浸式消費互動。

研發成果-自釀飲品

產品類型	系列/主題名稱	產品名稱
精釀啤酒	茶系列	港口茶、包種茶、烏龍茶、紅烏龍茶、鐵觀音等
	水果系列	百香果、葡萄柚、玉荷包、茂谷柑、檸檬、金桔、文旦柚、水蜜桃、紅心土芭樂、梅子和芒果等
	精釀啤酒系列	白金生啤、極濃生啤、晃晃白啤、精釀荔枝、芭樂、臺灣小麥、洛神、晚崙西亞、桂花等
	ESG系列	匠吐司啤酒、黃梅好啤酒
	特調系列	咖啡啤酒、高粱啤酒
調酒	特調系列	威士忌檸檬冬瓜、伯爵茶、紅茶梅酒、柚子茉莉、葡萄調酒等多款
	客製系列	華航聯名調酒
飲品	康普茶系列	紅烏龍康普茶
	無酒精氣泡飲系列	蜂蜜檸檬啤酒花氣泡水、蜜桃氣泡水、檸檬紅茶等多款
其他釀造酒	特調系列	MISSS蜂蜜氣泡酒
其他	餐酒系列	啤酒海鮮鍋、啤酒慢跑雞、黑麥霜淇淋

研發成果-餐飲

產品類型	系列 / 主題名稱	產品名稱
金色三麥 / 花東開動吧	ESG、產地直送、永續漁業、地方活化	南法香草刺蔥雞、燉樹豆勇士豬、洛神花溫沙拉、剝皮辣椒燉飯、酥炸鬼頭刀
金色三麥 / 奧運檔期	商業強檔	奧運大拼盤、啤酒醬烤松阪豬、法式鮮蛤淡菜鍋、經典尼斯沙拉
金色三麥 / 7-11聯名	異業結合、IP授權	墨西哥風味烤雞捲餅、蜂蜜泡泡風味思樂冰、黑松露野菇燉飯、義式海鮮義大利麵、鮮蝦蔬果沙拉
金色三麥 / 蔬食專區	永續餐桌、素食推廣 開拓市場	素椒麻雞、瑪格麗特披薩、韓醬走紅辣蟹餅、純舒鮮菇排、酥麻川辣新魚柳、超越未來蔬食堡
UMAMI / 尊享套餐	品牌價值提升	炙燒鮪魚溫泉蛋沙拉、和風紙包龍虎石斑魚、極鮮牛肝蕈菇濃湯、干貝剝皮辣椒燉飯、土佐醋漬梅酒番茄塔
微兜 / 地中海料理	品牌定位加強	煙燻鴨胸沙拉、舒肥雞胸輕盈碗、香煎鮭魚輕盈碗、伏特加義大利麵 香烤蕈菇溫沙拉、西西里炸時蔬
SPORTS NATION	新品牌建立	SPORTS NATION大拼盤、爆漿大巨蛋、超澎湃老海港拼盤、美式豬肋排、美式炭烤牛排、美式辣花椰菜、夏威夷蝦球、藤花椒炸雞、墨西哥烤玉米、全系列墨西哥塔可餅、全系列高蛋白蔬芙碗、美式燉牛肉比薩、夏威夷熔岩比薩、奶油波特菇漢堡、紐奧良什錦飯、秋葵海鮮濃湯、超酥脆吉拿棒、機能果昔(高蛋白、膠原蛋白、馬卡粉)、高纖綠拿鐵系列
BLAH BLAH BAR	新品牌建立、米其林 合作	夢幻肯瓊脆雞堡、星級雙醬牛肉漢堡、泡泡肯瓊雞柳、柚見絕技炸墨魚、輕舞檸檬鹹水雞
麥漢堡 / 全新菜單	ESG、永續餐桌 新品牌建立	原汁爆脆雞、鮮酥雞麥漢堡、厚菲力麥漢堡、辣莓豬麥漢堡、浪花蝦麥漢堡、雙椒爆脆雞、梅粉搖滾雙翅、蒜香搖滾雙翅、椒醬搖滾雙翅

永續：不犧牲後代需求的情況下， 滿足當下需求

Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

— World Commission on Environment and Development, Our Common Future (1987)

環境永續行動

面對全球氣候變遷與資源有限的挑戰，金色三麥致力將環境意識融入品牌核心，推動循環經濟、減碳實踐與綠色消費朝向環境友善型企業邁進。

釀酒麥芽粕回收再利用製作環保托盤與餐具



獲得經濟部中小及新創企業署 buying power環境永續組特別獎。

循環利用釀酒後的啤酒麥芽粕，回收再利用作成托盤等餐具，降低塑膠器具的使用。

跨品牌合作永續啤酒與麥芽粕麵包



與超商品牌合作，以啤酒麥芽粕製作成麵包。並且回收超商吐司餘料吐司邊，釀製成永續啤酒。實踐釀酒完全循環經濟的概念。

響應節能減碳推廣環保材質



與社會企業「印花樂」合作，導入100%寶特瓶回收材質縫製提袋，推廣循環經濟理念。

社會責任與在地連結

金色三麥深信企業的成長應與社會共榮，從原料採購、公益合作，積極建構公平、多元、友善的價值鏈，實現企業影響力的正向循環。

注重採購供應鏈永續性



持續串連社會企業，在供應鏈裡實踐永續行動。
例如長年與B型企业鮮乳坊、或與關注動物福利的究好豬合作採購食品來源。
獲得經濟部中小及新創企業署「buying power」採購獎首獎

與花蓮西瓜果農聯手解決盛產期滯銷問題



花蓮玉里瓜農「阿強西瓜」聯名生產西瓜調酒「這瓶有瓜」，解決盛產期滯銷問題，整批使用4425公斤西瓜，以潮流感的調酒創造滯銷西瓜價值感。

「花東開動吧」活動推廣花東觀光



使用花東在地生產農產開發新菜單，告別地震陰影，喚起全台消費者對花東的興趣，也投入資源舉辦行銷活動。

訂製專屬「花東城市杯」贈品，串連花東地區二十個重要店家，鼓勵消費者到花東進行消費。

醜水果行動 - 社會責任、在地連結與環境議題

金色三麥長期關心在地農業，收購醜水果進行小批次釀造。醜水果無法上架但品質無虞，釀成啤酒不僅避免農產浪費，也為原本要做成堆肥的醜水果創造新價值。



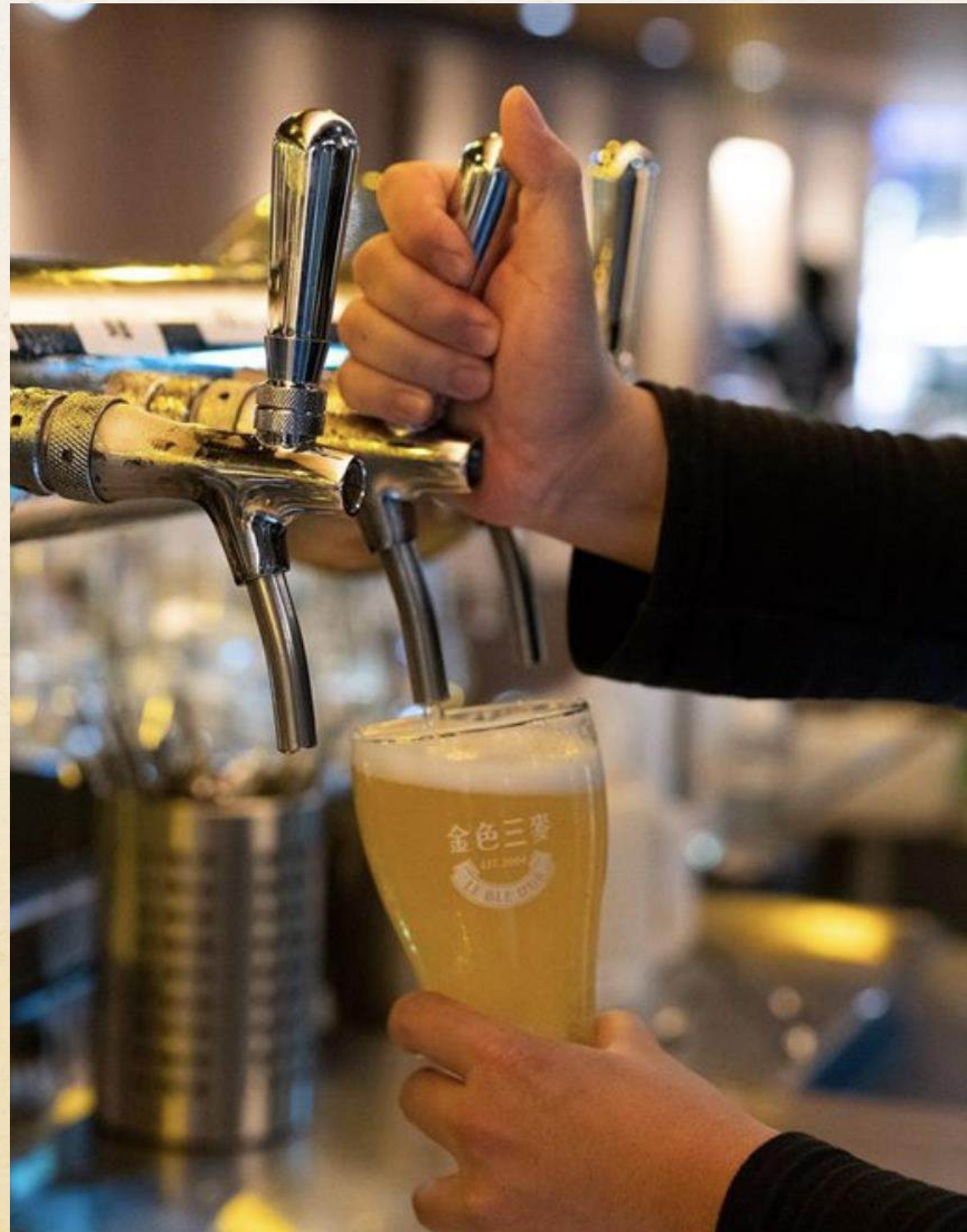
苗栗桶柑



拉拉山水蜜桃



高雄紅心芭樂



實踐社會公益/性別平等與人才永續

秉持企業公民責任投入公益行動、關懷弱勢，延伸企業溫度至社會角落，整合品牌資源，推動認同價值，讓善意落地，與社會共好同行。

育成基金會公益合作



透過紅包設計合作，支持智能障礙者就業與創作，傳遞關懷與愛的力量。

培養餐飲業新血



人資部門以「金色三麥學院」培養「領導人人才」，也為企業與餐飲業界培植新血。

獲天下雜誌頒發2024年度「天下人才永續獎」。

性別平等措施



受僱者不論男女，同工同酬也設置哺乳室。給予有薪親職假、男性員工育嬰留職停薪等措施，不分性別皆能兼顧家庭與工作。

身障職場友善



照顧身障勞工，超過法定進用人數6倍，新北地區進用身障勞工比例最高的新北暖心企業楷模。

短期經營策略（1-2年）

品牌矩陣成型、通路擴張、建立出口實績



中南部展店
提升營收密度



切入運動社群



亞洲風味品牌
區隔歐美精釀餐廳



餐廳門市營運

酒類飲品釀造銷售

威士忌/龍舌蘭代理進口

酒類飲品出口

無酒精新品牌
0度蜂蜜啤酒

康普茶
健康潮流

威士忌新品牌
年輕潮流/亞洲特色

日本：亞洲
市場橋頭堡

美國：奠定
品牌國際感

全台餐飲業唯一 餐酒雙引擎

中期經營策略 (3-5年)

建立製造、研發、總部五合一園區，奠定全球化基礎
對標SUNTORY (多品類多地區發展)



全新建立五合一園區



兩座原有酒廠與釀造團隊

建立亞洲品牌風味矩陣：蜂蜜/茶/亞洲風味烈酒

以釀酒力為基礎，發展多元菜系新品牌



啤酒廠
擴產支援出口
與餐廳



蒸餾廠
威士忌/烈酒
基底生產



飲料廠
無酒精
RTD



研發中心
風味/ESG/包
材/AI應用



全球總部
品牌指揮中心
人才匯聚



日系素材酒款
+
日系居酒屋
新品牌



清爽系酒款
+
台式石頭火鍋
新品牌



茶系啤酒/調酒
+
中式茶風味料理

長期經營策略 (5-10年)

海外展店、品牌輸出、建立亞洲文化餐飲代表性

North America



步驟

Step1

亞洲風味餐酒館

Asian Tapas + 精釀 & 茶酒

Step2

複製到亞洲主要城市

Step3

站穩亞洲，進軍北美

7757 餐、酒雙贏



金 色 三 麥 餐 飲 事 業