MerchCore.ai

產品簡介｜2026 年 11 月

小店的預購與 24 小時取貨，都在 LINE 裡。

讓攤商、小吃與加盟店先收錢、留住客人，打烊後照樣出貨。



問題

小店的訂單和客人，散在 LINE 群、紙本和現金裡。

01

接單靠手抄

群組裡「+1」「我要 2 盒」一則則抄進 Excel，漏單、抄錯、對不上帳。

02

客人留不住

客人在攤位前買完就走，或留在外送平台上，店家手上沒有名單。

03

打烊就沒生意

預購的客人只能在營業時間來拿，人手不夠就收不了更多單。

市面工具各管一段：點餐 POS、會員系統、智販機各自分開，資料不互通。

解法

客人在 LINE 先付款，拿到一張提貨券，攤位、門市、智販機都能領。

LINE 裡

點餐、付款、拿提貨券

不用下載 App

→

攤位	市集、展售會現場核銷
門市	櫃台掃碼取貨
智販機	24 小時，掃碼開格取貨

產品特色 1・預購提貨券

錢先入帳，客人分次領。

一次賣 10 盒

客人一次付清，券存在 LINE，想領才來領；店家先拿到現金流。

核銷防重複

攤位、門市、智販機共用同一個餘額，同一張券領不了兩次。

送禮、轉贈

提貨券可以轉給親友去領，老客自然帶新客。

已上線：日日好蛋 2,307 位會員的點數與未領提貨券已完整移入使用。送禮功能已上線，待實測。



產品特色 2・24 小時智販機取貨

店打烊了，生意還在做。

1. 客人在 LINE 拿取貨 QR
2. 快速取貨點：掃機台上的 QR，手機直接跳出取貨碼
3. 對讀碼窗一掃，格門打開

4
個取貨據點運作中

3 溫層
常溫、冷藏、加熱

實機驗證：2026-10-28 資策會憑券出貨；11-03 南港軟體園區快速取貨。機台介接不綁單一品牌。

產品特色 3・會員與連鎖

會員留在店家自己的 LINE，總部一次管全部。

一店一個 LINE@

客人加的是店家，不是平台；金流直接進店家帳戶，平台不經手。

推薦裂變

推薦碼入會，雙方都拿點數；入會送點金額後台可調，不用改程式。

總部與跨國

各店資料獨立、總部看全局；台灣、美國兩套會員規則已上線。

日日好蛋 LINE 官方帳號：好友 2,633 人，取貨點、提貨券餘額、推薦碼都在 LINE 內完成。

市場規模

台灣約 40 萬家小店，幾乎每個客人都在 LINE 上。

23.3 萬
攤販（2023 年 6 月）
年營收 3,954 億元

17.3 萬
餐飲業營業家數
（2025 年 2 月）

2,200 萬
LINE 台灣
月活躍用戶

340 萬+
LINE 官方帳號
（商家入口）

40 萬家 × 年費 1.2 萬元

≈ 48 億元／年

軟體年費市場（估計）

來源：主計總處攤販經營概況調查（112 年）、財政部營業家數、LINE 台灣公開數字；兩類店家可能重疊，48 億為估計。

市場機會

為什麼是現在

小店被迫數位化	攤販 5 年減少 24%，外送與網購搶走客人；留下來的店需要預購、會員這類拉回客人的工具。
商務正在搬進 LINE	LINE 2026 年陸續推出社群下單、到店感應領券；客人已習慣在 LINE 裡買東西。
大連鎖做後台，小店沒人管	路易莎投入 7,000–8,000 萬元建 AI 餐飲平台，2027 年中上線，鎖定中大型連鎖。
無人取貨據點擴張	智販機進駐園區與社區；我們把機台變成店家的 24 小時取貨點，不綁機台品牌。

來源：主計總處攤販調查（107→112 年 −23.95%）、LINE 台灣 2025 年會、經理人月刊（2026-10-30）。

競爭定位

別家各做一段，我們把預購到取貨串成一條。

能力	LINE 點餐 POS	智販機系統	電商會員	MerchCore.ai
LINE 點餐收款	有	—	部分	**有，免費**
預購提貨券	—	機台預收	票券	**有**
攤位＋門市＋智販機同券取貨	—	—	—	**有**
會員在店家自己的 LINE@	部分	—	有	**有**
主要客群	小餐廳	機台營運商	品牌電商	**攤商、小吃、加盟**

代表業者：點了沒、微碧、點澀（LINE 點餐）；威許移動（智販機）；CYBERBIZ、SHOPLINE（電商）。依其 2026 年 10–11 月廣告與官網自述。

商業模式

免費拿下店家，用別家沒有的功能收費。

免費版

0 元

LINE 點餐收款、0 抽成、會員 300 人內

入門／進階

888／1,880

每月；會員不限、預購提貨券、三通路取貨

連鎖總部

3,680 起

每月，每多一店加 499

智販機分潤

5–10%

機台營業額的軟體分潤

每家店價值會往上長：先免費收款，會員多了要入門版，做預購要進階版，開分店升總部方案，放機台再多一筆分潤。

新台幣；定價為建議案。金流直入店家帳戶，平台不經手、不抽成。

已在運作

先在創辦人自營品牌跑通，再賣給同業。

2,307
位會員連同點數、
提貨券移入

2,633
LINE 官方帳號
好友

4
個智販機
取貨據點

4 種
收款方式皆有
真實交易

11/15 免費版公開
台大展售會當天上線，展售會攤商為第一批店家

11/18 加盟體系導入
萬佳鄉加盟主大會，總部方案現場導入

自營品牌：日日好蛋、青泉谷（雞蛋與農產）。收款方式：LINE Pay、Apple Pay、信用卡、現金。

產品藍圖

下一步：讓店家連接單都不用自己做。

2026 年 12 月

年菜、節慶預約

每日限量、訂金或全額，自動算出每天要備多少貨。

2027 年第 1 季

OrderAI 群組接單

客人在 LINE 群打字、傳截圖，AI 轉成訂單；金額由程式精算。

2027 年第 1 季

電子發票＋智販機平台

店家自設發票；智販機開放多家供應商上架與分潤。

以上為開發中功能；電子發票上線時間取決於字軌核准。

創辦人與接下來的計畫

一個人做出來的平台，下一步要放大。

創辦人、執行長

游璩駿（Dennis）

資訊服務公司經營者；具農民資格，自營日日好蛋、青泉谷；以 AI 開發流程一人做出多模組產品並正式營運。

接下來 6 個月

目標 2027 年 5 月：累計 1,500 家店

- 補上營運導入、工程夥伴
- 經銷與加盟體系擴點
- 電子發票上線
- 智販機開放多家供應商

聯絡：LINE @589lkjdc｜go.stall.merchcore.ai