

統一超商

2912 TT

2020年營運重點與 績效報告

2020年經營績效檢視

領先優勢

- 台灣7-11突破6000店，多元複合店型，市佔率>50%、加盟佔比90%
- 展現穩健經營基礎及應變力，本業PSD-sales持續成長、營業額+100億↑
- 首次於道瓊永續指數DJSI獲得Industry leader(1/63家國際食品零售業)

O2O整合

O2O整合的服務平台

- 強化OPEN POINT APP功能，虛擬貨架一指搞定，累計預售金額30億↑
- OP會員擴大至集團其他事業，會員人數突破12百萬人
- 跨足外送平台，整合集團資源發揮綜效，延伸最後一哩路

亞洲區 零售版圖

亞洲區超過1萬家門市，持續拓展零售版圖

- 當地：零售、美妝、餐飲、物流支援、EC、外送平台
- 海外：菲律賓7-11、中國零售流通事業

財務摘要

◆過去5年營收及獲利表現

Unit: NTD billion

	2016	2017	2018	2019	2020	YOY
Revenue (Company Only)	140.1	144.5	154.1	158.0	168.1	6.4%
Revenue (Consolidated)	215.4	221.1	244.9	256.1	258.5	1.0%
Net Profit	9.8	31.0	10.2	10.5	10.2	-2.9%
One-off gain from Starbucks deal	-	20.4	-	-	-	-
EPS (NT\$)	9.46	29.83	9.82	10.14	9.85	-2.9%

註1：星巴克交易利得包含上海星巴克處分利得、悠旅生活重衡量利益及相關費用。

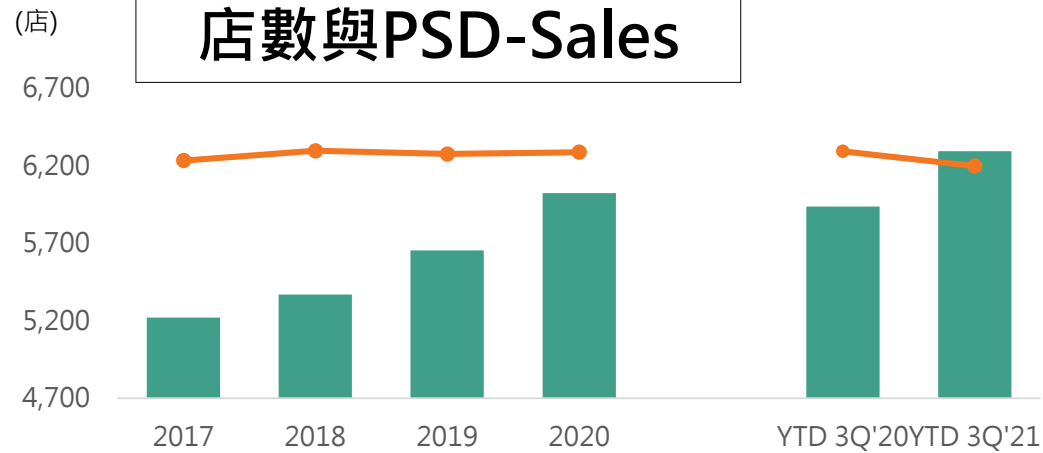
註2：2020年淨利衰退，主要因轉投資事業受到疫情等影響、2019年認列一次性財返所致。台灣7-11營業利益較2019年成長。

2021年前3季財務摘要

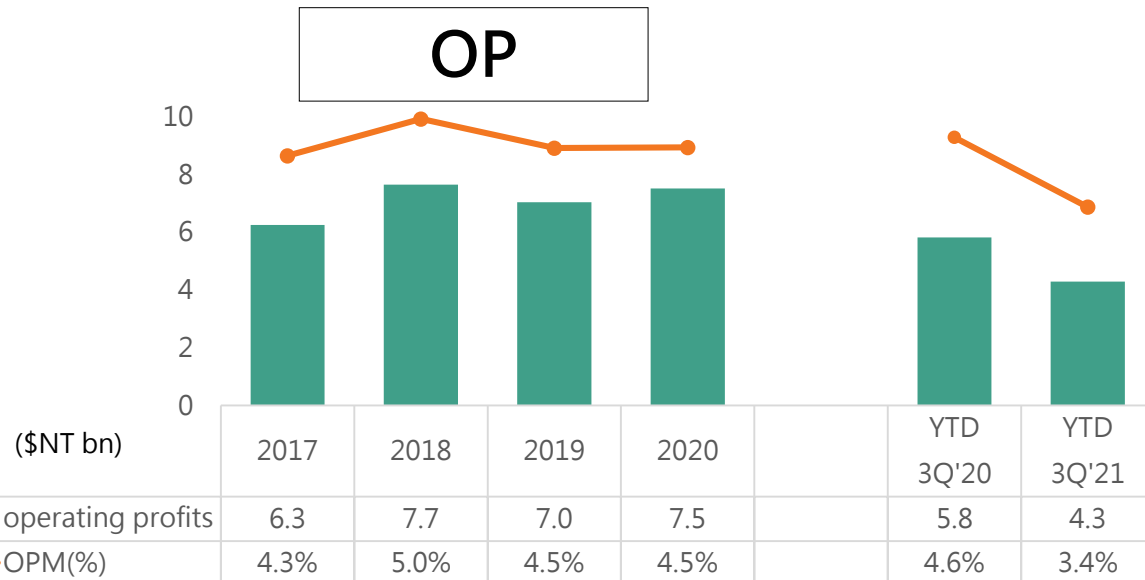
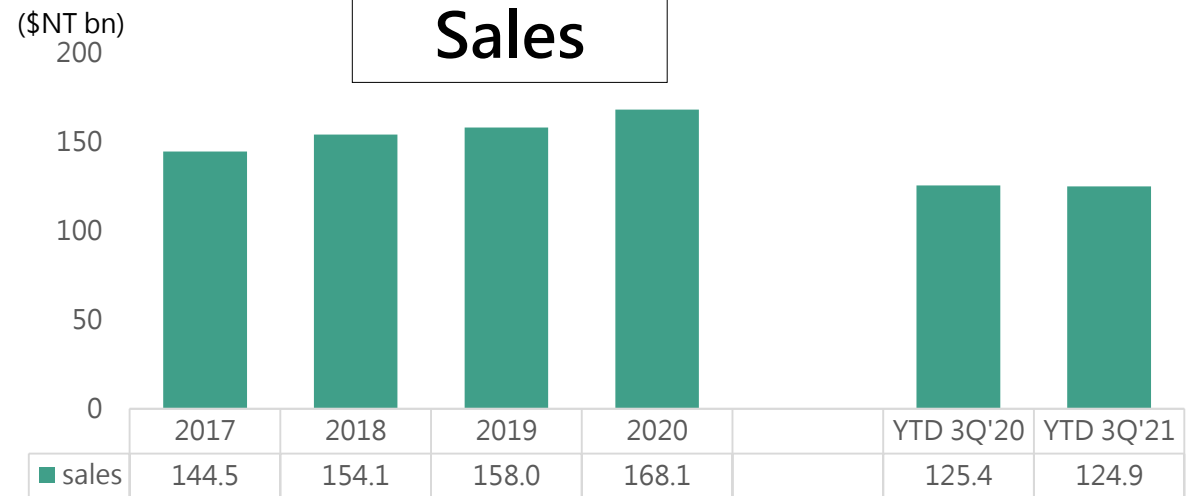
Unit: NTD billion

	3Q20	3Q21	YOY	YTD 3Q20	YTD 3Q21	YOY
Revenue (Company Only)	44.7	41.6	-6.99%	125.4	124.9	-0.38%
Revenue (Consolidated)	67.8	65.4	-3.48%	192.3	194.1	0.91%
Net Profit (Consolidated)	3.2	2.3	-26.32%	8.8	7.3	-17.20%
Net Profit attributable to the parent company	2.9	2.1	-28.25%	8.0	6.5	-17.9%
EPS (NT\$)	2.76	1.98	-0.78	7.66	6.29	-1.37

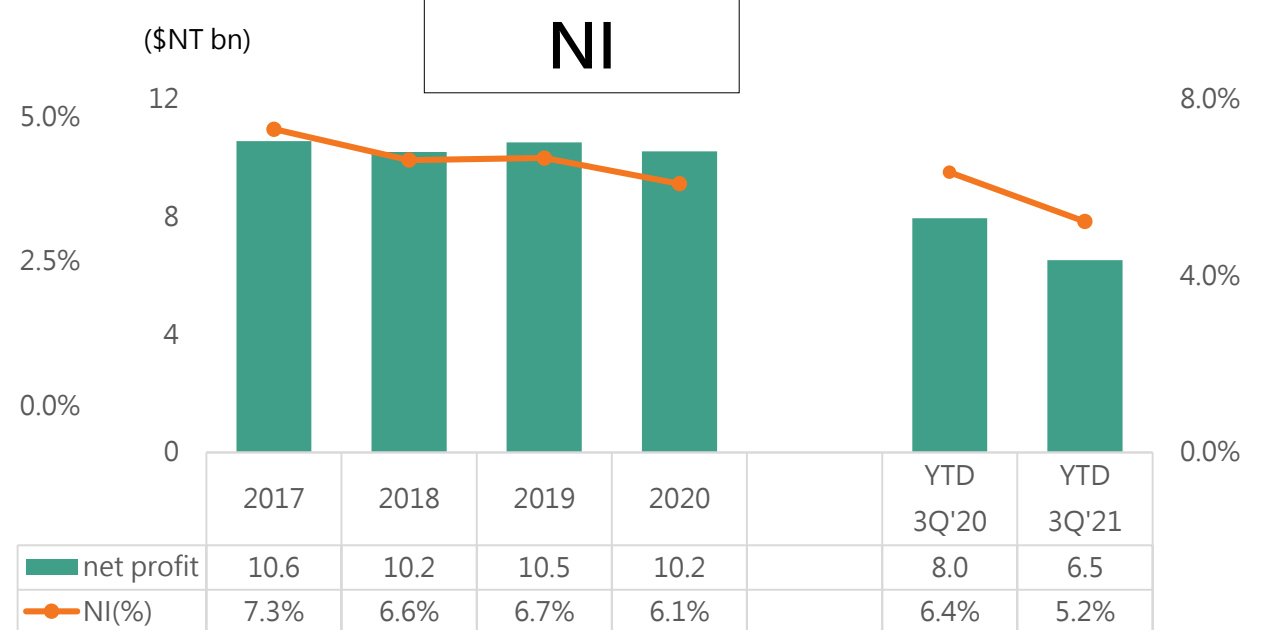
營運及獲利表現(個體)



註：受疫情影響，YTD 3Q21 PSD-Sales衰退

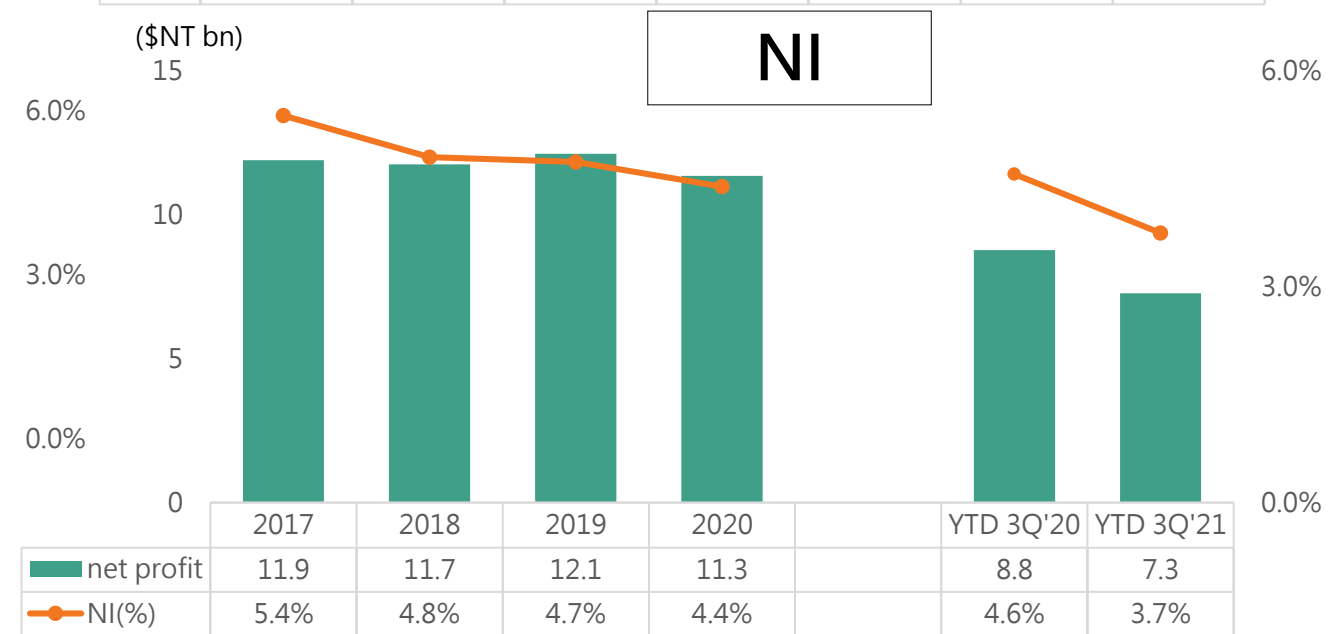
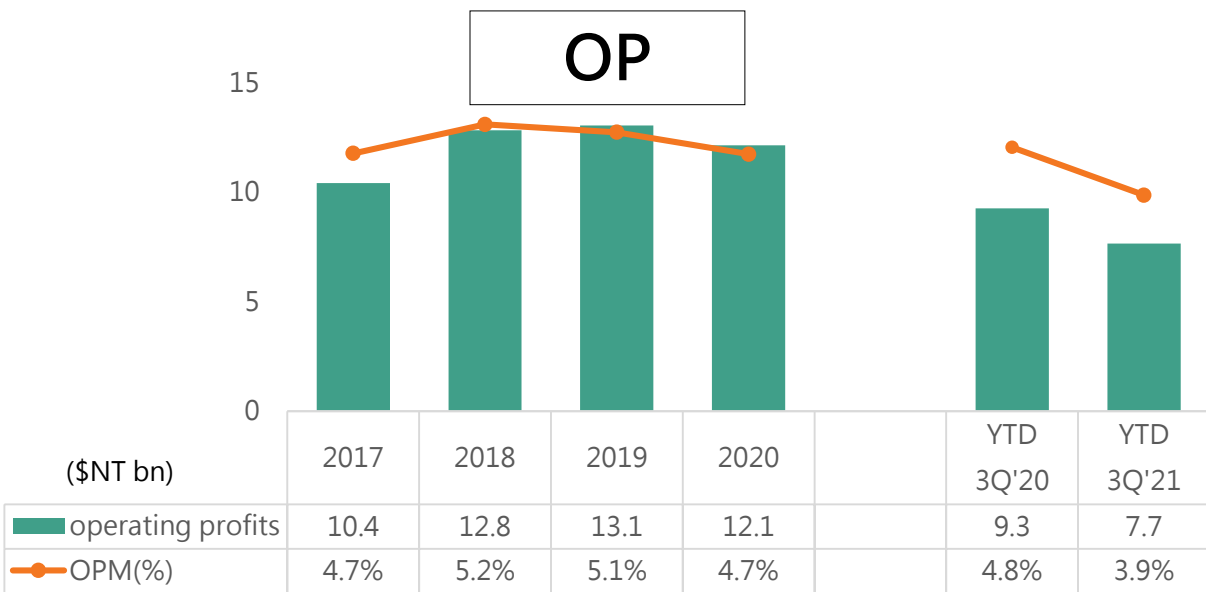
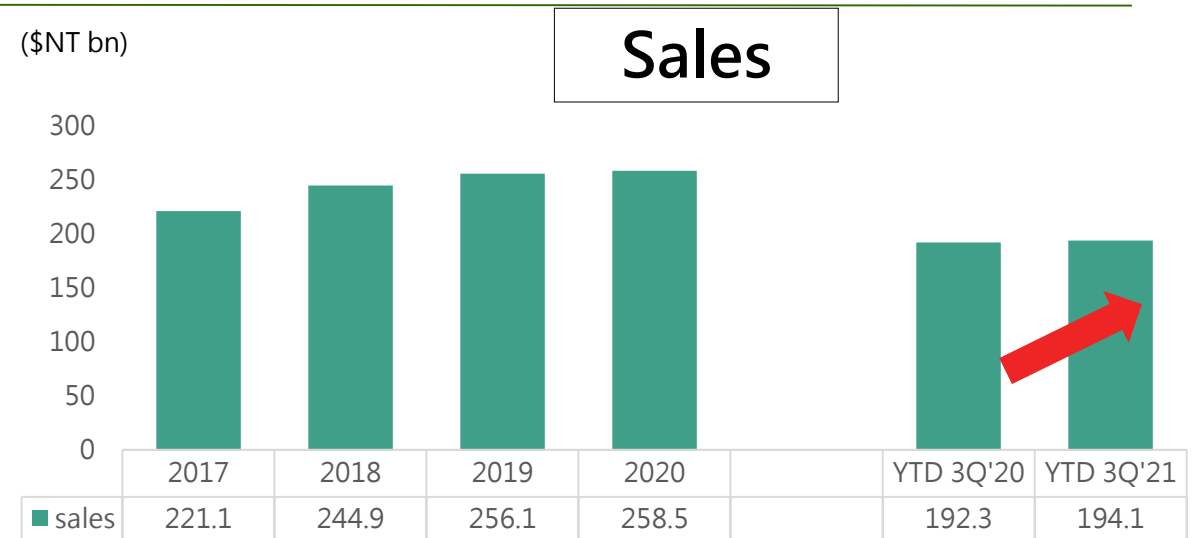
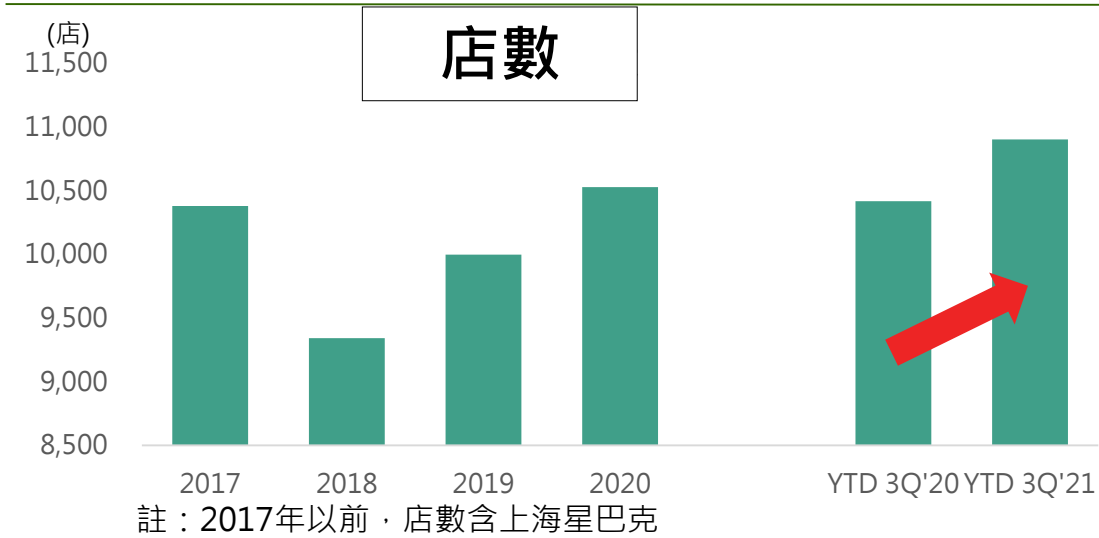


註：受疫情影響，YTD 3Q21 OPM減少。



註：2017年還原星案一次性利得。

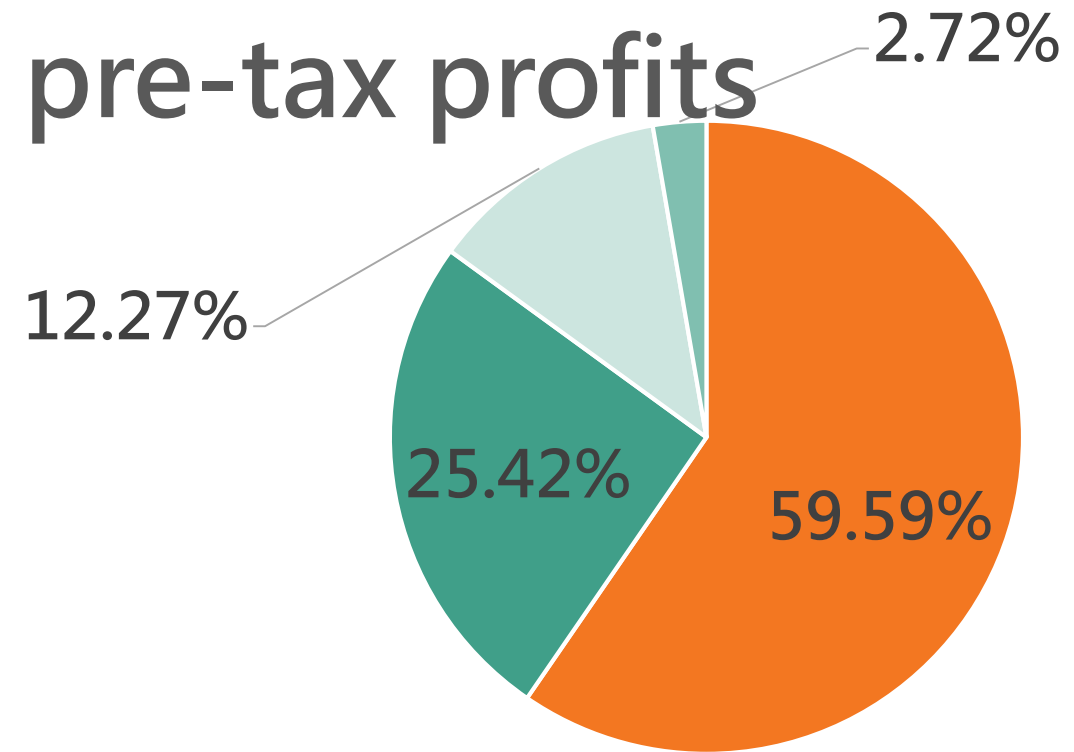
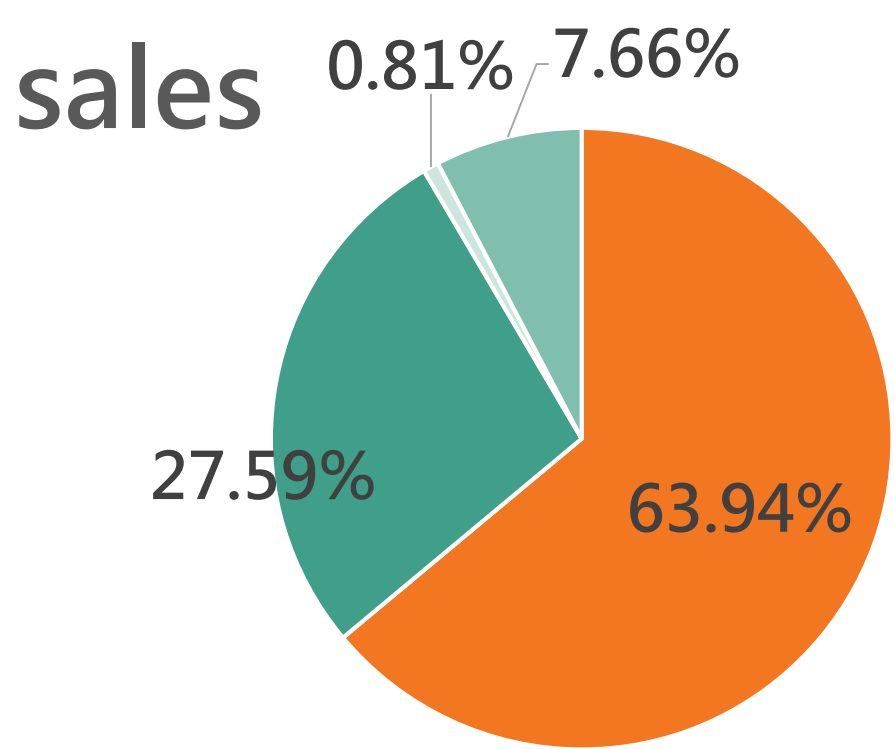
營運及獲利表現(合併)



註：YTD 3Q'21 OPM減少主因台灣7-11、星巴克等台灣事業受新冠肺炎疫情影響。

註：2017年還原星案一次性利得。

部門別資訊



■ Taiwan 7-11 ■ Retail ■ Logistics ■ Others, Adjustment and elimination

■ Taiwan 7-11 ■ Retail ■ Logistics ■ Others, Adjustment and elimination

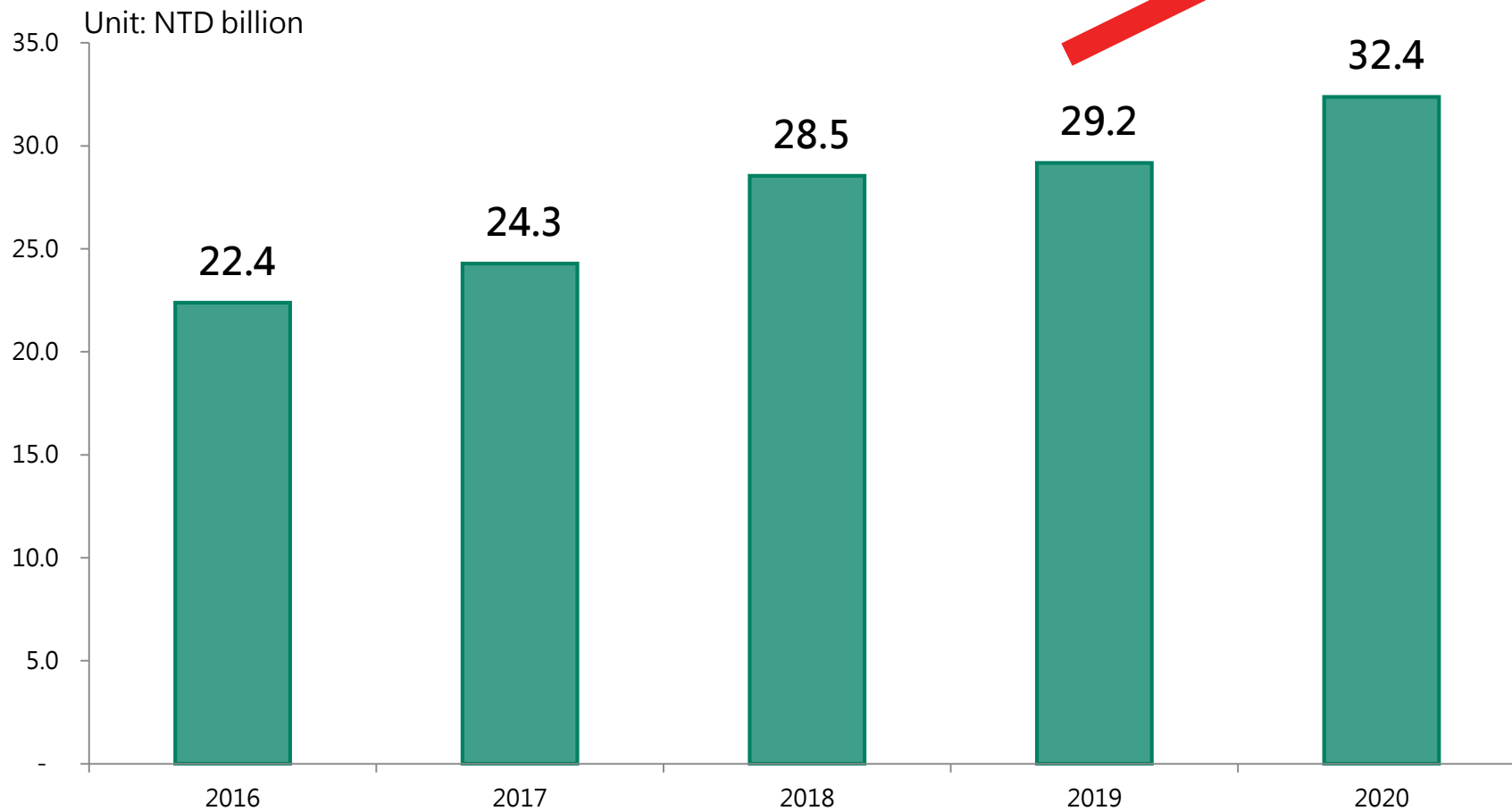
Retail: 菲律賓7-11, 康是美(統一生活), 宅急便(統一速達), 博客來及統一精工等

Logistics: 捷盟行銷, 統昶行銷及大智通文化行銷等

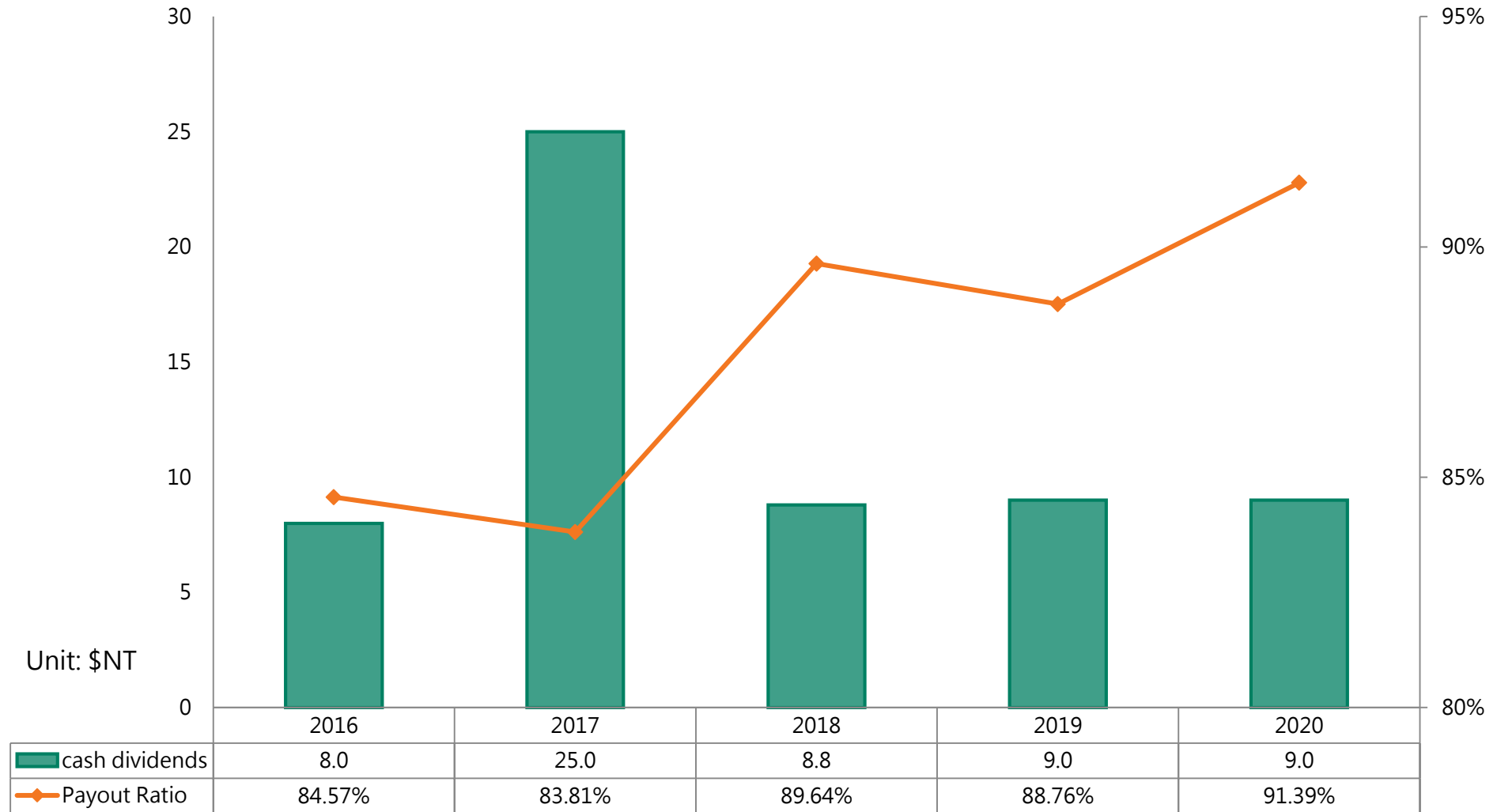
Others: 中國事業群, 餐飲事業群(如星巴克)及支援事業群

穩健的現金流量

Net Cash(Consolidated)



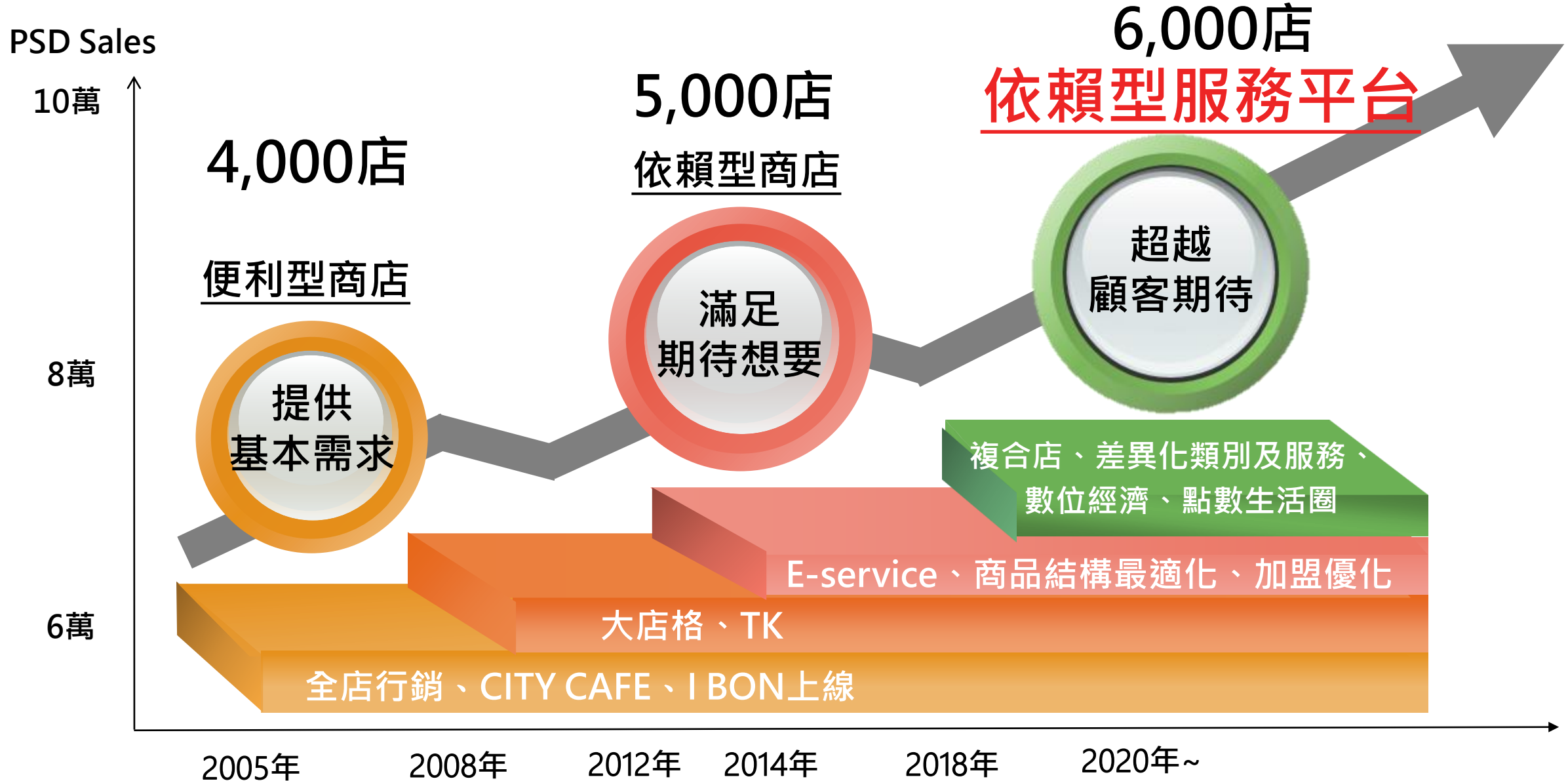
穩定成長的現金股利



註：2020年現金股利配發金額，尚未通過股東會決議

未來展望

PCSC不斷進化 開創成長新動能



超越顧客期待

建構依賴型服務平台 開創成長新動能

有7-ELEVEN 真好

線下體驗
-深耕核心
-提升品牌力

- 複合店
- 差異化類別
- ES服務



- 行動隨時取
- i預購
- 會員經營

線上服務
-虛擬陳列
-拓展新範疇

調結構

穩增長



人、店、商品、物流、文化、系統、制度



積極展店 帶動成長動能

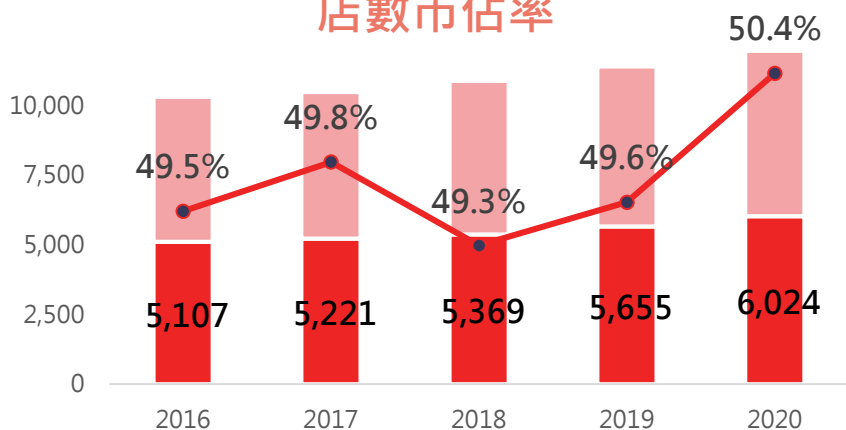
6000店里程碑 店店精彩

- 積極展店，質量並進，確保經濟規模
- 加盟佔比穩定成長，續約率再創新高

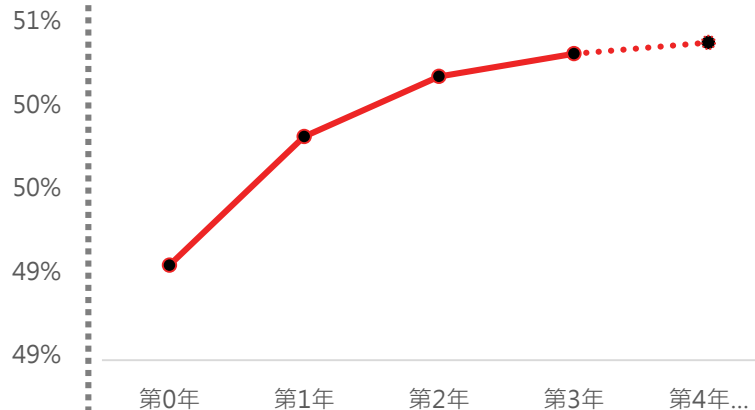


(6000店鳳儀門市)

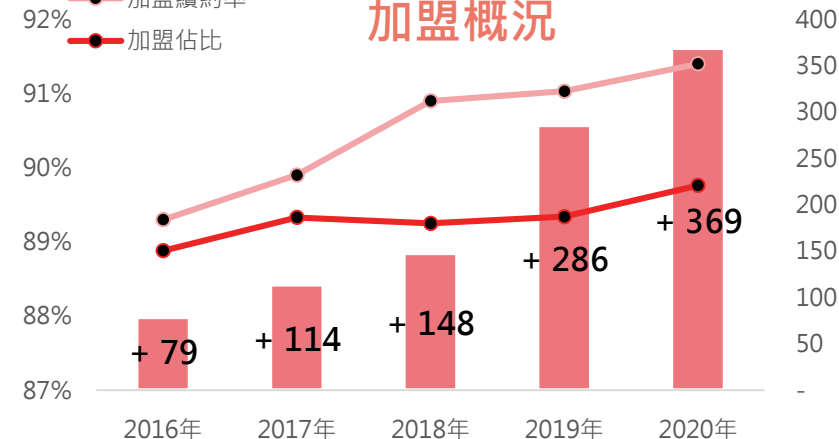
台灣7-ELEVEN 店數市佔率



近5年新開店PSD



台灣7-ELEVEN 加盟概況



建構多元生活圈平台 滿足在地所需

- 結合內、外部資源，提供4E美好體驗(Experience, Education, Entertainment, Exploration)
- 持續建構多元複合型態，發展 ∞ 可能



✖ Any Lifestyle

2018



K.Seren



烘焙坊



不可思議咖啡



PIZZA



博客來



21 TO GO



BEING fit



糖果屋



生啤酒

2019



可口可樂聯名店



卡娜赫拉聯名店



海尼根聯名店



樂事聯名店



Maserati聯名店



迪士尼聯名店

建構多元生活圈平台 滿足在地所需

2020

2021



Snoopy聯名店



HelloKitty聯名店



角落小夥伴聯名店



...多元管道



酷聖石



OPEN!聯名店



冷凍元素



料理教室



寶可夢聯名店



Simple-Fit概念店



多元複合店型

To be continued...

鮮食：打造社會廚房 提供消費者全方位需求

發展數位工具輔助

- ✓ 雙AI導入-精準訂貨/降低缺貨
- ✓ i珍食 -降低報廢/提高效益
- ✓ 行動隨時取-運用數位行銷
- ✓ 外送平台-擴大鮮食銷售範圍



鮮食營業額持續突破

本質提升、食安確保

- ✓ 鮮食口感&品質持續提升
- ✓ 嚴格的食安標準



鮮食營業額



掌握趨勢&新商機

- ✓ 掌握健康/健身/冷凍趨勢
- ✓ 五星級、名店合作發展差異化商品
- ✓ New：熱壓吐司、天素地蔬



深化CITY CAFE品牌力 掌握數位商機

深耕品牌價值

- 咖啡豆及設備持續升級
- 發展高價值差異化商品

抓住市場趨勢

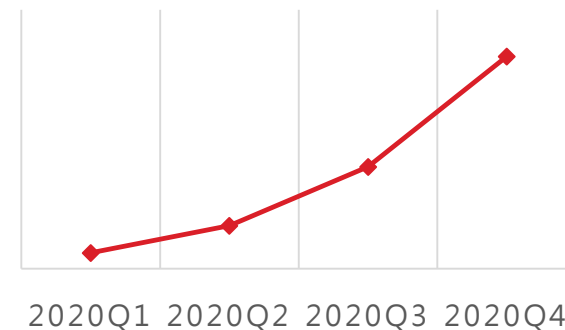
- 四大結構，聚焦經營
- 開發新品項，滿足新客群

掌握數位商機

- 行動隨時取，雲端業績成長
- 咖啡智FUN機，創造店外銷售




雲端業績快速成長



提供最完整、便利的服務，動能再次展現

深耕ES到店取貨

- ✓ 賣貨便經營
 - 自營平台占比UP
 - 寄取件數排名No.4!
- ✓ 快收便 
專車到府收件，量能持續↑
- ✓ 冷凍店取業務
第二條成長曲線
- ✓ 國民經濟生活圈
佈局線下商家轉型



拓展代收新範疇

- ✓ 多元代收繳費平台
外籍移工匯款/貨款代收業務
- ✓ 口罩/振興券預購
掌握疫情新商機



ES寄取/年

2~3億件

YOY+ 15~20%

代收/年

3~4億件

YOY +5~10%

ES佣金收入



全流程串聯 品質保證 集團數位服務平台

2021年OPEN POINT，打造點數生活圈

精準行銷

- 會員分級
- 集團整合運作
- 創造數據價值



OPEN POINT
行動隨時取

- 重點品項經營



i預購

- 建構EC中的CVS



年菜、家電、3C.....

功能升級

- 自建門市群組
- +1 訂單



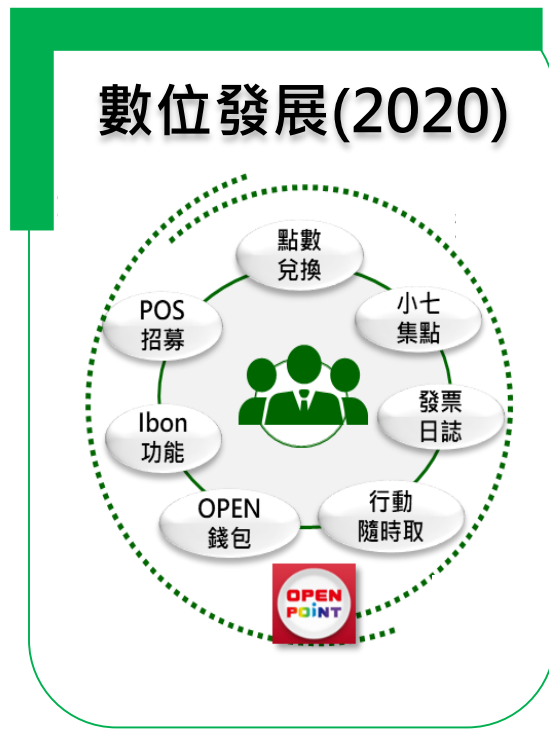
+1

整合集團資源 發揮綜效 打造OP會員生態圈

600萬會員
有人用



1200萬會員
天天用



1500萬會員
全民用



強化會員黏著度
增加會員數
提升客單價

創新 突破 運用科技 掌握未來

智FUN機



多溫層結構 品項多元
物聯網串聯 隨時掌握

咖啡智FUN機



咖啡新商機 店外業績
多元化支付 各式商圈

自助結帳機

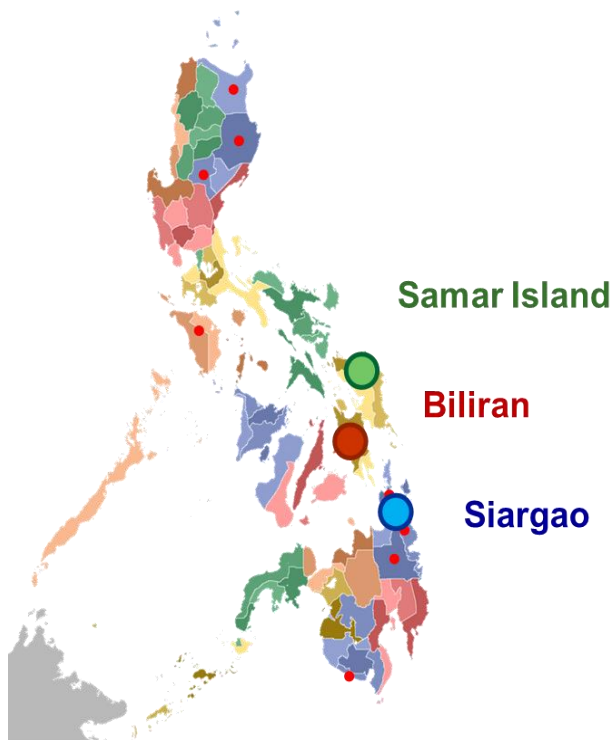


掃碼+感應 精準辨識
省時又省力 提升效率

菲律賓7-ELEVEN掌握後疫情時代的新常態

持續展店 鞏固店質

- CVS市占率穩居第一，2020年店數2,978店，2021年持續展店
- 優化加盟制度，維持加盟佔比穩定



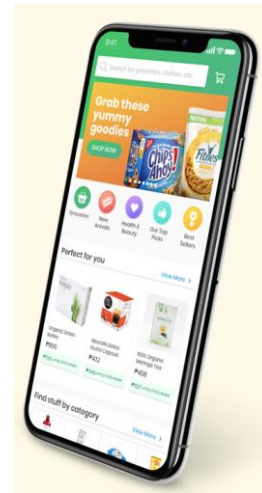
因地制宜 彈性經營

- 增加民生必需品及雜貨品項，彈性貨架&定價策略
- 持續開發差異化類別，強化鮮食及咖啡品牌經營
- 擴大外送服務範圍



發展數位 增加服務

- 掌握消費者趨勢，提供更完整便利的服務
- 發展EC平台及ATM服務
- CliQQ Wallet用戶持續攀升



「員工滿意、社會肯定、環境保護」的永續發展企業

完整食品安全管理架構
嚴謹供應商管理系統



2012年成立品檢實驗室，全流程溯源管理，確保食安

推動減塑計畫
包材減量



優先使用減塑包材、生物可分解塑料。2019年率先不提供塑膠吸管，採用就口杯



公益平台關注台灣弱勢
和全球重大問題



「好鄰居送餐隊」為弱勢長輩假日送餐；關注失智長輩、成立「健康小站」等



i珍食
重視剩食議題，減少報廢



2030年剩食減半目標



連兩年入選成分股
道瓊永續世界指數
新興市場指數



首度榮獲
2020年DJSI全球食品
零售業「產業領導者」

首度榮獲
榮獲Enterprise Asia
亞洲企業社會責任獎

FTSE4Good新興市場、MSCI ESG領導者指數&全球SRI指數、公司治理100指數、台灣永續指數&公司治理評鑑前5%排名

The end