

**統一超商**

**2912 TT**

---

# 2022年前3季 營運重點與績效報告

# 近年營收及獲利表現

Unit: NTD billion	2017	2018	2019	2020	2021	YOY
Revenue (Company Only)	144.5	154.1	158.0	168.1	168.0	-0.1%
Revenue (Consolidated)	221.1	244.9	256.1	258.5	262.7	1.6%
Net Profit	31.0	10.2	10.5	10.2	8.9	-13.4%
One-off gain from Starbucks deal	20.4	-	-	-	-	-
EPS (NT\$)	29.83	9.82	10.14	9.85	8.52	-13.4%

註1：2017年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2：2021年淨利衰退，主要因當地Q2、Q3受到疫情影響，但目前已逐季改善恢復。

# 2022年前3季財務摘要

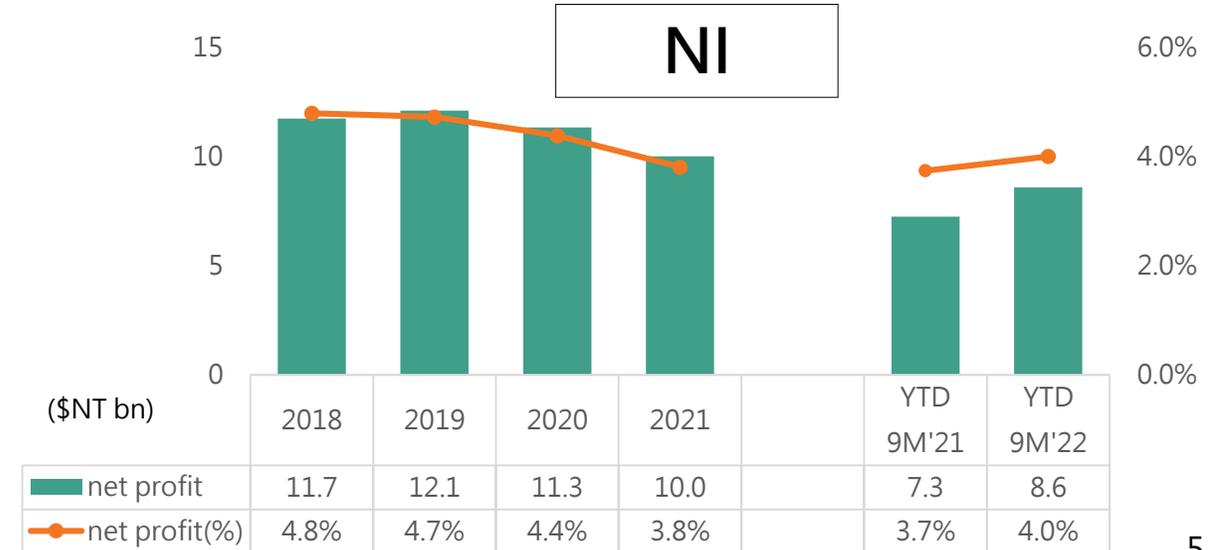
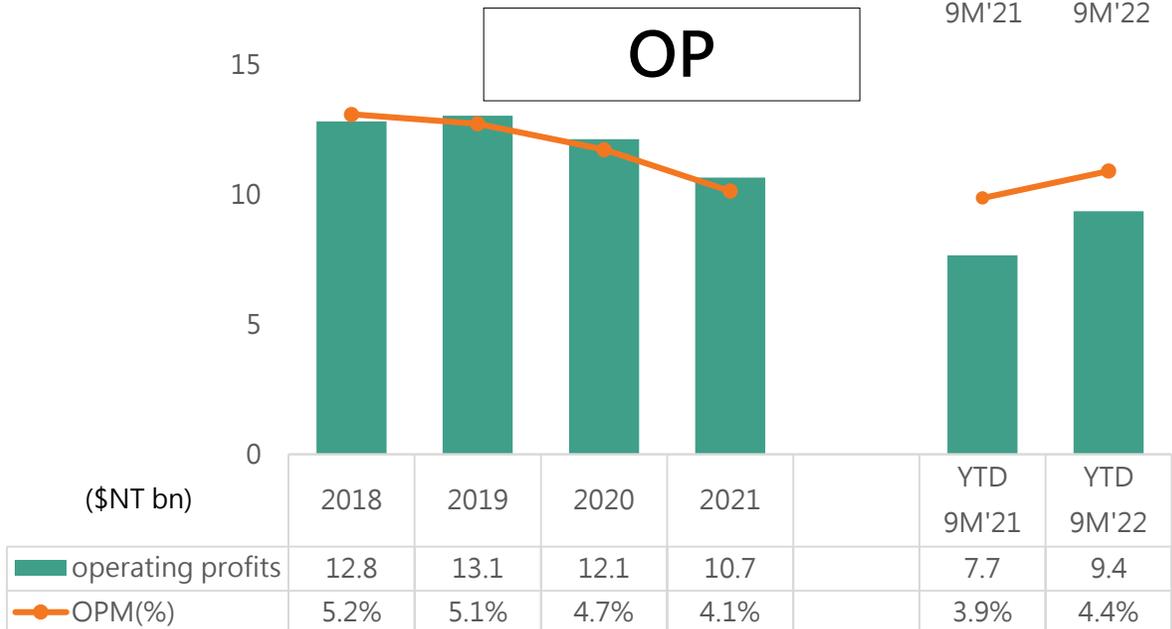
Unit: NTD billion

	3Q22	3Q21	YOY	YTD 9M22	YTD 9M21	YOY
Revenue (Company Only)	48.37	41.61	16.2%	135.98	124.95	8.8%
Revenue (Consolidated)	75.85	65.44	15.9%	214.64	194.09	10.6%
Net Profit (Consolidated)	3.14	2.34	33.9%	8.60	7.26	18.5%
Net Profit attributable to the parent company	2.69	2.06	30.5%	7.31	6.54	11.8%
EPS (NT\$)	2.59	1.98	30.8%	7.03	6.29	11.8%

去年3Q受疫情影響，今年3Q疫情趨緩及暑假旺季，營收及淨利持續成長，且逐季提升。其中，台灣7-11、菲律賓7-11、星巴克、康是美、百華等事業貢獻主要合併淨利成長。

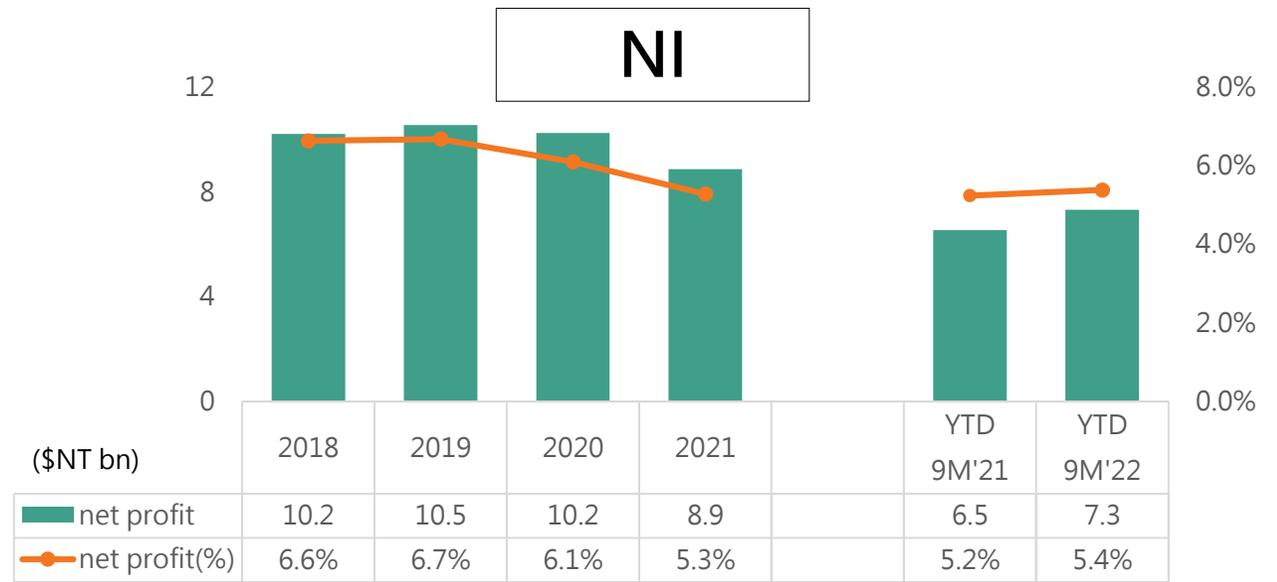
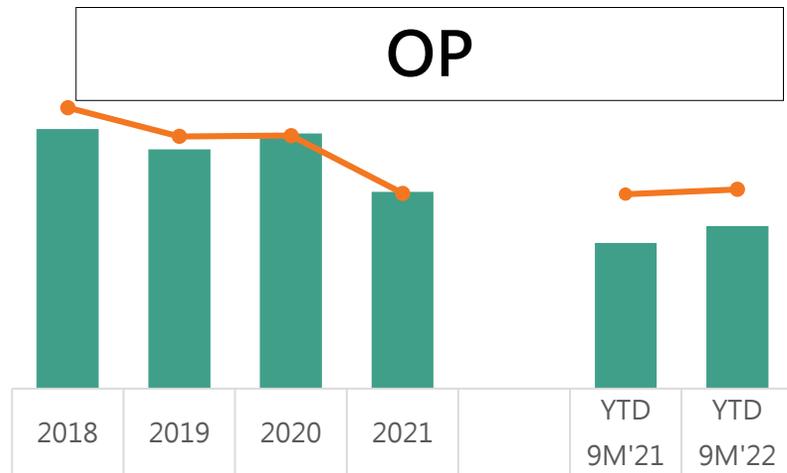
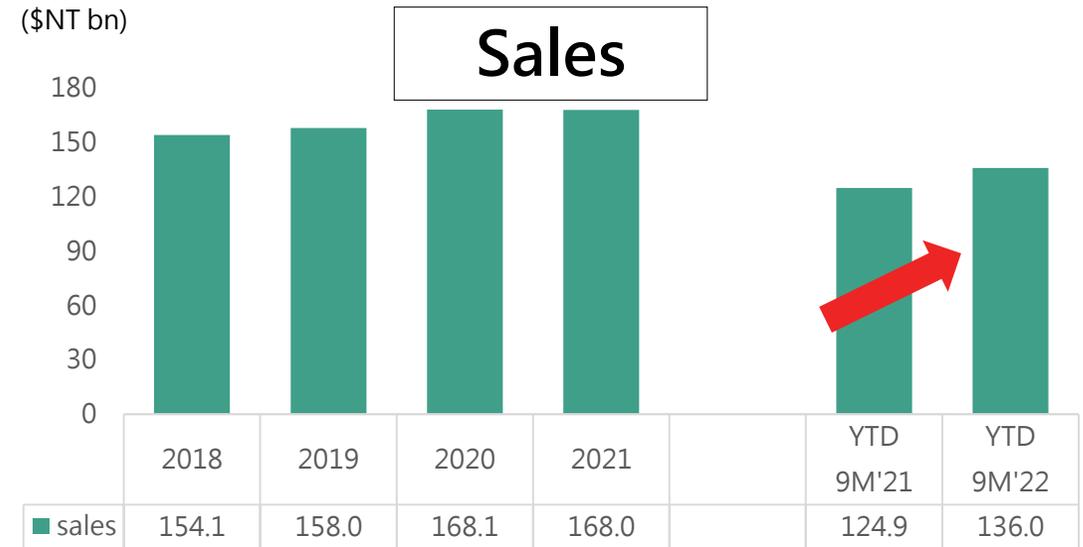
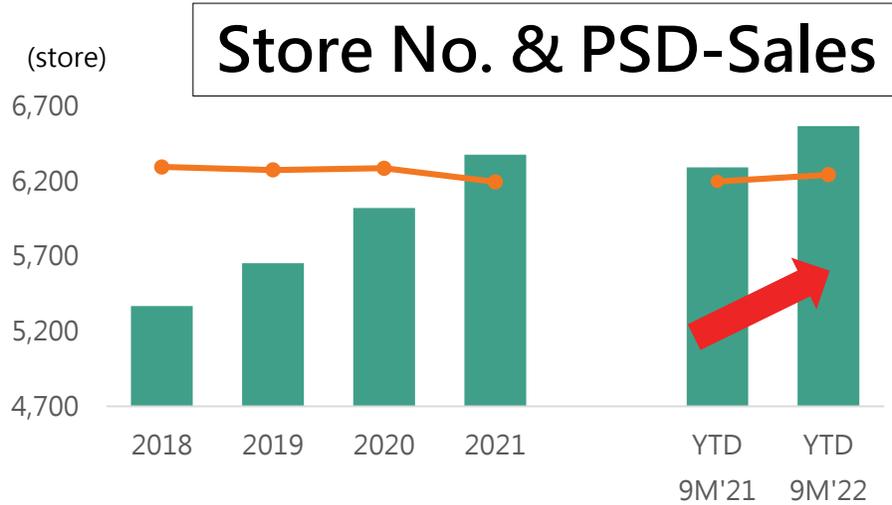
# 營運及獲利表現(合併)

- 9M22營業利益成長，主因疫情影響幅度縮小，使台灣7-11、菲律賓7-11、星巴克、康是美、百華等事業持續成長，且主要轉投資事業逐季提升。
- 9M21因增資海外事業使遞延所得稅負債回沖，使去年所得稅率較低，而稅前淨利則成長25.8%，稅前淨利率提升至5.0%。



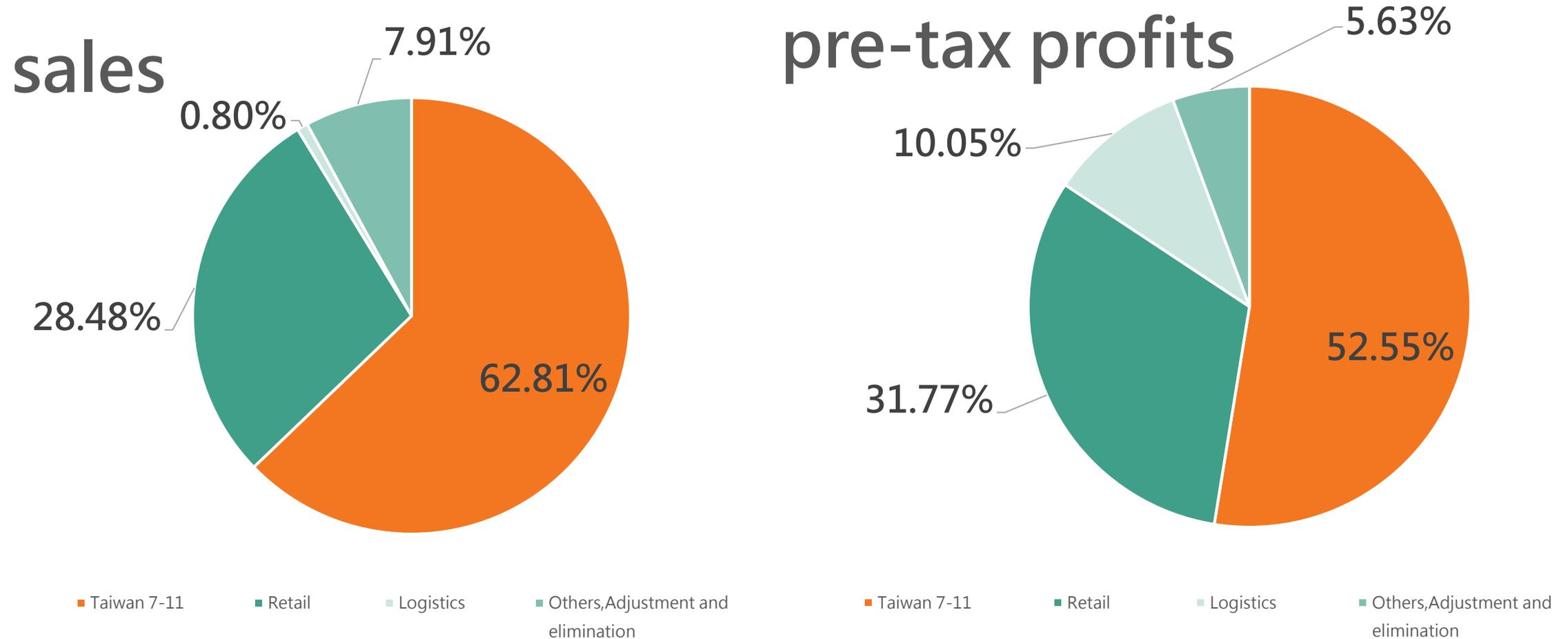
# 營運及獲利表現(個體)

- 台灣7-11鮮食、咖啡等差異化商品帶動PSD提升且逐季成長，使3Q營收增加。
- 台灣7-11本業獲利成長，再加上轉投資事業回穩，帶動3Q22獲利提升。
- 9M21因增資海外事業使遞延所得稅負債回沖，但本期無。



- 台灣7-11 3Q22營業淨利成長超過50%，且較2Q成長雙位數

# 部門別資訊



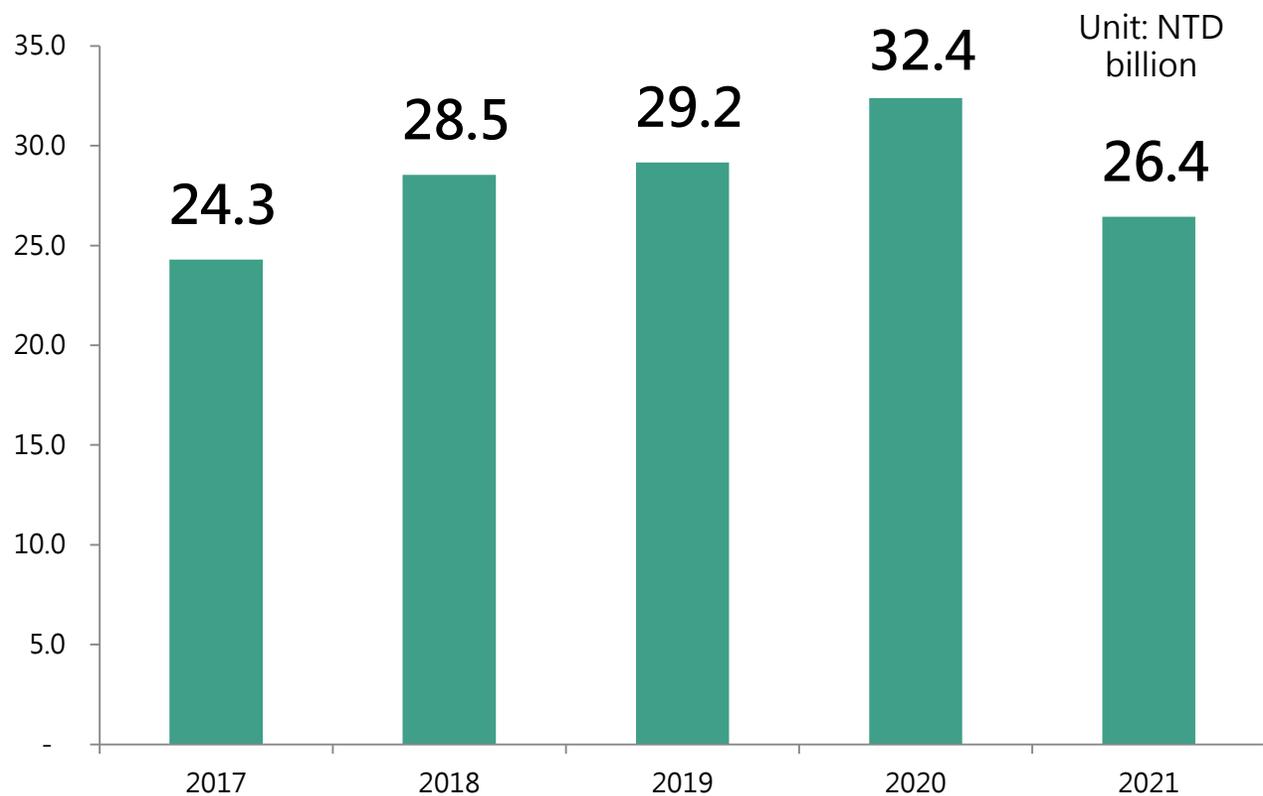
Retail: 菲律賓7-11, 康是美(統一生活), 宅急便(統一速達), 博客來及統一精工等

Logistics: 捷盟行銷, 統昶行銷及大智通文化行銷等

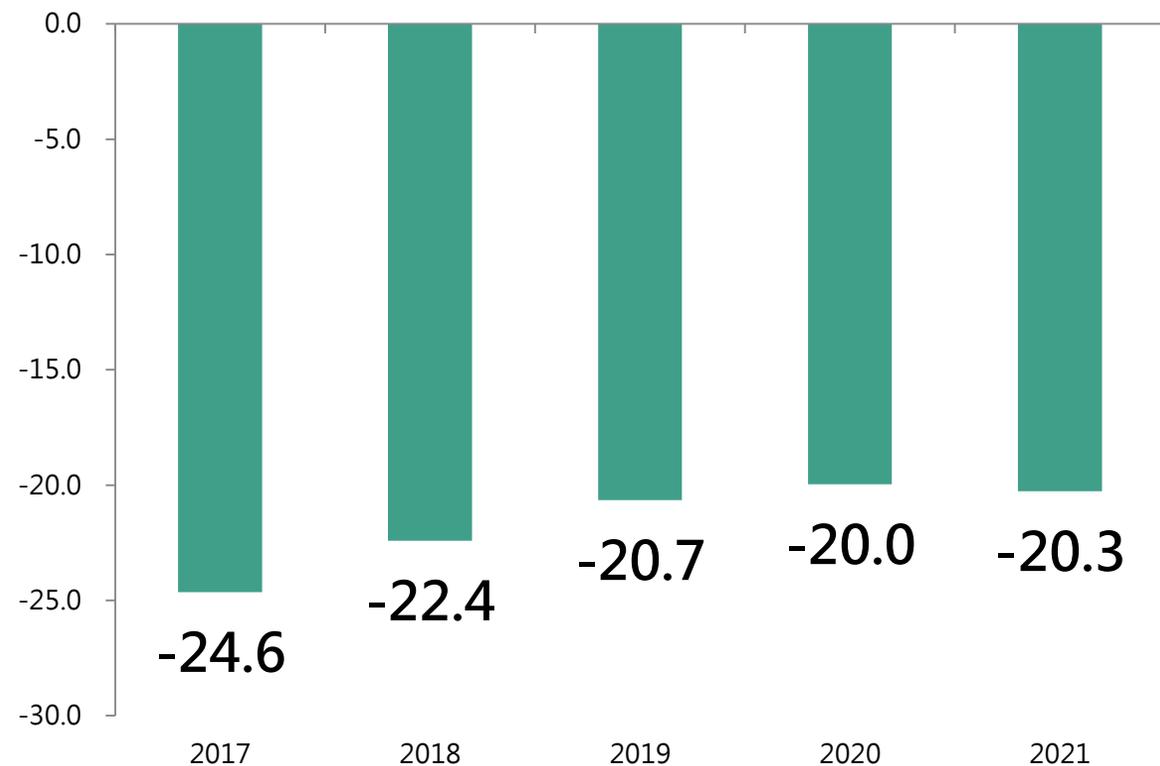
Others: 中國事業群, 餐飲事業群(如星巴克)及支援事業群

# 疫情下仍可維持穩健的現金流量

## Net Cash (Consolidated)

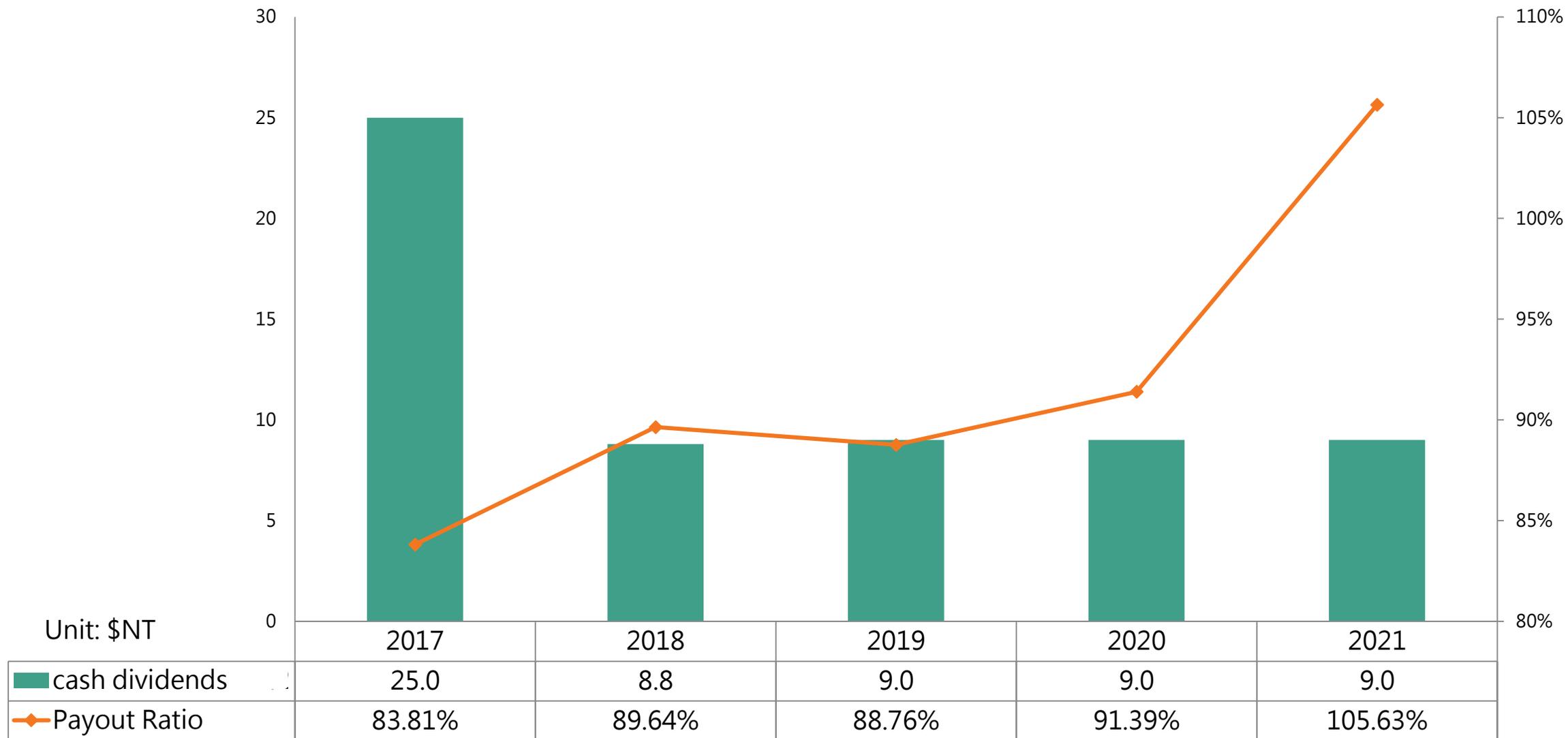


## Cash Conversion Day (Consolidated)



註：公司因屬零售現銷作業，故不適用平均收現天數

# 維持穩定的現金股利



註：2021年現金股利配發金額，已通過股東會決議

---

# 未來展望

創新 + 整合

# 發揮O2O效益 市場重分配

## 超越顧客期待的生活型服務平台

走出門市  
掌握extra業績

創新整合  
引流來客入店

智FUN機



Delivery



Digital Platform



OPEN POINT  
行動隨時取  
i預購



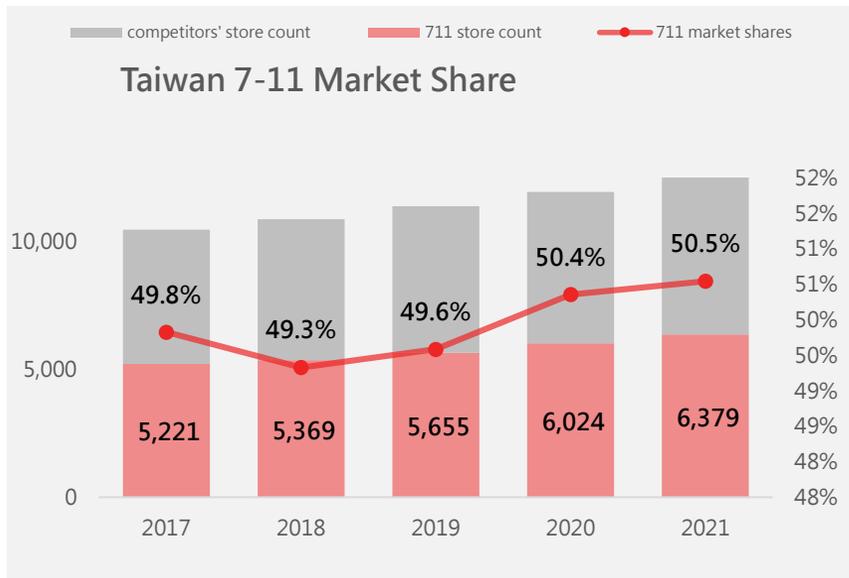
Social Media



# 積極展店 穩固加盟體系

- 積極展店，質量並進，確保經濟規模
- 疫情下全力支援，加盟佔比約90%，穩定加盟體制，厚實長遠根基

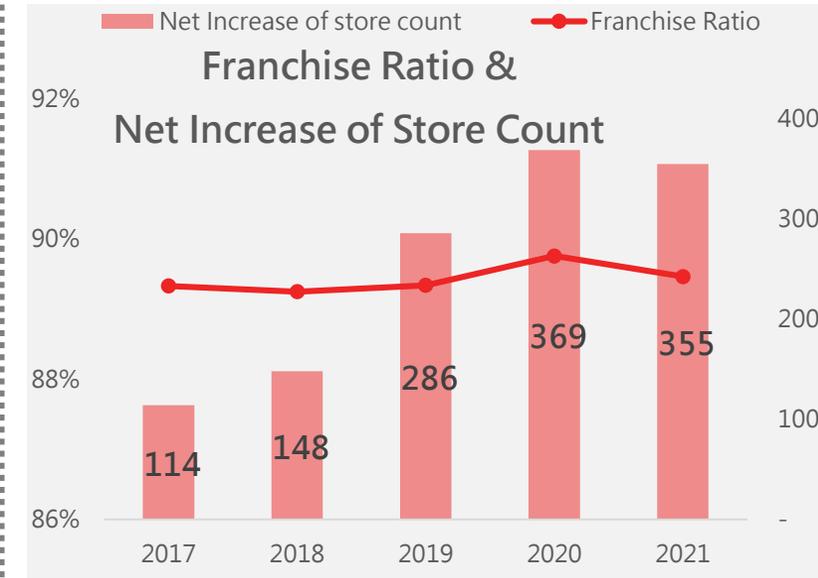
台灣7-ELEVEN  
店數市佔率



近年營收成長動能



台灣7-ELEVEN  
加盟概況



# 建構多元生活圈平台 打造社區服務中心

- 結合內外部資源，創造集團綜效
- 強化門市遊逛性，提供4E體驗
- 提供多元化產品，滿足消費需求
- 因應商圈與坪數，導入合適元素

Experience

Education

Entertainment

Exploration

創造無限想像空間 ∞

特色店

聯名店

複合店

優質生活館

社區服務中心



付費商務包廂



星宇航空



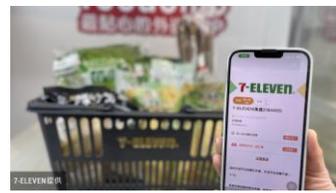
酷聖石



天素地蔬



統一集團優質生活館



OPEN NOW



美式餐廳風格



名偵探柯南



K.Seren



烘焙坊

延伸店外服務

外送

智FUN機



To be continued...

# 抓住未來商機 成為可信賴的鮮食平台

## 價值提升

- 星級聯名-跨界品牌合作
- 口感優化-移轉餐飲市場
- 在地食材-開發美味小吃



## 趨勢掌握

- 健康蔬食-天素地蔬、Simple fit
- 冷凍生鮮-Ready to Cook
- 異國美食-滿足出國渴望



## 多元渠道

- 行動隨時取-數位行銷工具
- i預購&i划算-延伸實體門市貨架
- 外送-擴大鮮食銷售範圍



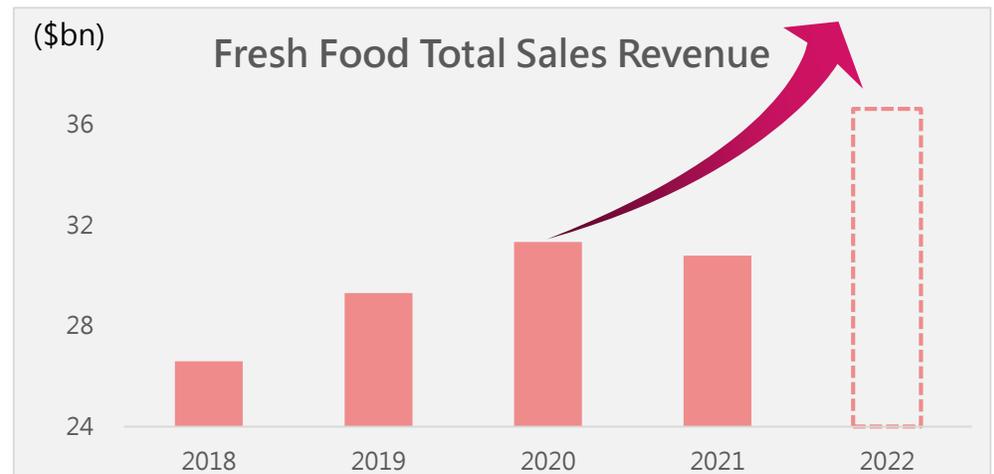
品質實驗室把關

+

CAS認證  
素食專業生產廠



安心美味社會廚房



# CITY CAFE掌握數位趨勢 塑造品牌文化



## 掌握數位商機



- ✓ 雲端業績穩定成長，兌換率提升
- ✓ 精準化行銷，加速兌領
- ✓ 訂閱制上線，黏著度UP

培養會員忠誠度

## 鞏固既有 開發新客層

- ✓ Traffic & profit maker
- ✓ 第二成長曲線:CITY PRIMA
- ✓ 結構創新：燕麥拿鐵等



提升品牌價值



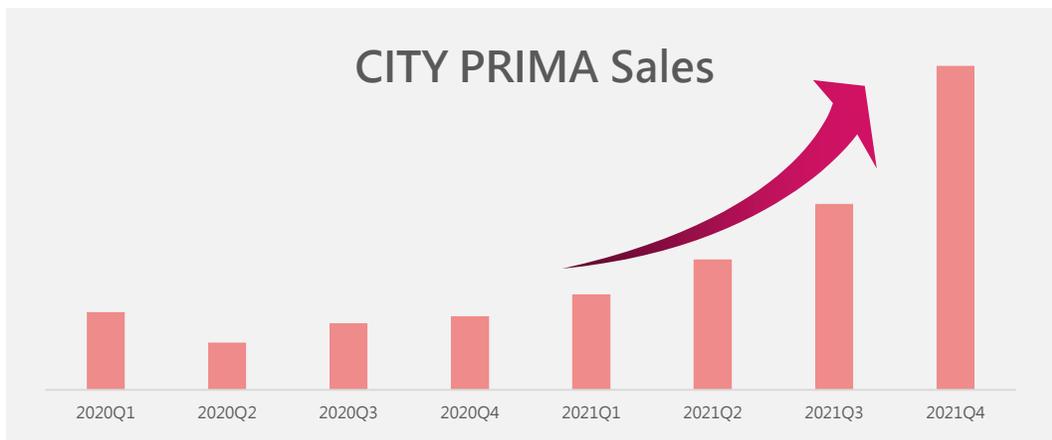
## 推廣店外服務



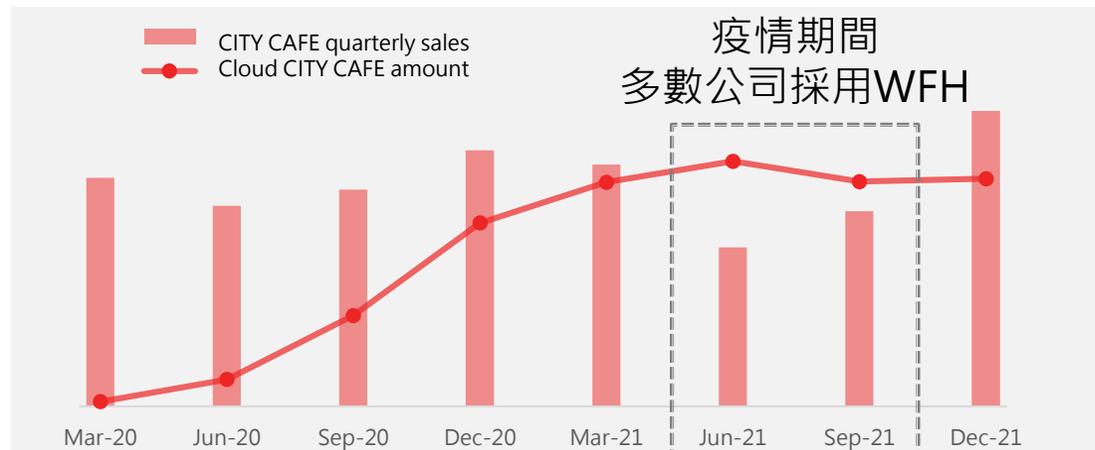
- ✓ 咖啡智FUN機：穩健布點
- ✓ i預購：販售咖啡周邊商品
- ✓ 外送：擴大銷售範圍

創造extra業績 *i預購*

CITY PRIMA Sales



CITY CAFE quarterly sales  
Cloud CITY CAFE amount



# 強化核心 擴增新業務 佣金收入持續突破

ES寄取/年

3~4億件

代收/年

3~4億件

## 深耕核心

### ✓ 自營平台服務升級

(交貨便+賣貨便)

-自營平台排名No.2

-國際交貨便

-快速到店、快收便

### ✓ 冷鏈店取(B2C、C2C)

第二條成長曲線

## 拓展範疇

### ✓ 移工市場

-匯款、繳費等整合服務

### ✓ 防疫新生活

-疫苗預約

-振興券、縣市加碼券

## 資源整合

✓ 物流整合、運能提升

✓ 速達宅轉店

✓ 系統化數據分析



## E-Service Commission Revenue

2021 Sales YOY  
+ 25~30%

2017 2018 2019 2020 2021

註：2018年蝦皮逐步取消免運

# 數位化演進 持續創新突破



第一間X-Store  
無人店

2006

2018

2019

2020

2021

2022

ibon購票



智FUN機



自助結帳機



icash pay



OPEN錢包

OPEN POINT  
行動隨時取

i預購

咖啡  
智FUN機



i划算

iscan X ipay



集團會員  
整合啟動

會員人數  
6.4mn人

會員人數  
突破12mn人

整合集團會員  
14通路

會員延伸  
外部通路

會員人數  
突破14mn人

第5間  
X-Store  
無人店

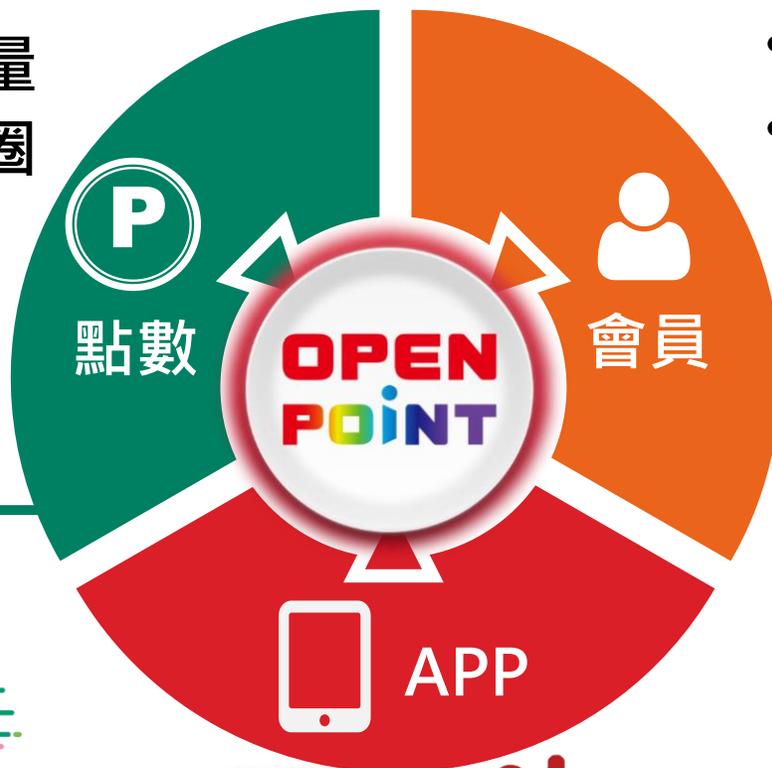


# 強化平台效益 打造跨品牌O2O會員服務平台

## 會員貢獻度UP

### OP點數生態圈

- 擴大外部合作，提升流量
- 點數貨幣化，循環經濟圈



### 精準行銷

- 會員分群標籤
- 數據中台運行，創造價值



2021會員貢獻度

50%↑

2021活躍會員%

40~45%

### 預售+社群平台

- 透過數位工具，提升使用率
- 持續開發新功能，優化體驗

### OPEN POINT 行動隨時取

- 門市品項經營
- 訂閱制

### i預購

- EC中的CVS
- 門市貨架延伸  
(年菜、家電、3C.....)

### i划算 +1

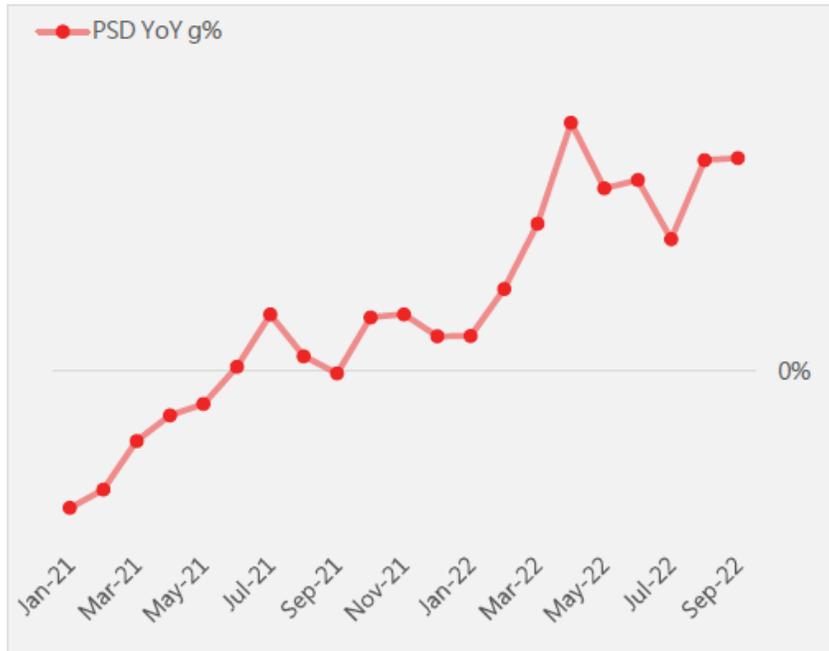
- 團購+1
- 偏遠地區代購服務



# 菲律賓7-ELEVEN後疫情時代穩健復甦

## 因應商圈 調整店格

- 2021年店數3,073店，市占率60%↑穩居第一，2022年持續展店
- 疫情嚴峻下，透過經營結構調整，2021下半年PSD-sales恢復正成長



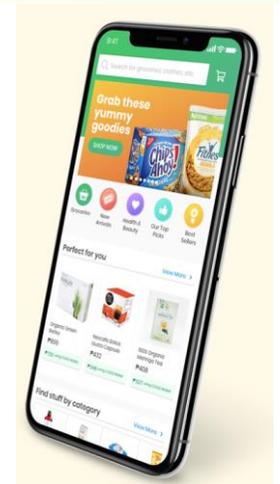
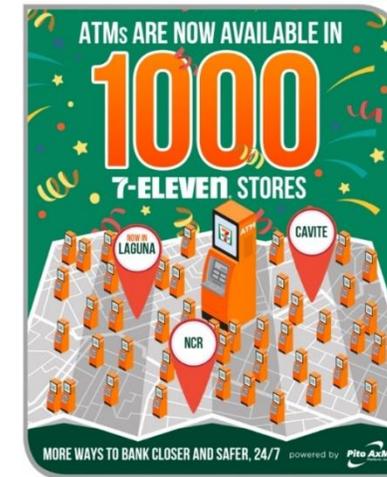
## 多元商品 優化組合

- 強化鮮食、咖啡、grocery經營
- 擴增ATM服務，提供便利性
- 掌握總統大選商機，抓住活動趨勢
- 擴增物流倉儲，建構完整供應鏈



## 掌握數位 建構生態圈

- APP功能持續優化
- CLIQQ Grocery平台擴增
- 外送合作，創造店外業績
- E-Wallet用戶攀升、使用率提升



# E永續地球+S共好社會+G幸福企業

## 2021年統一超商永續元年 地球永續 你我日常

### 塑膠減量

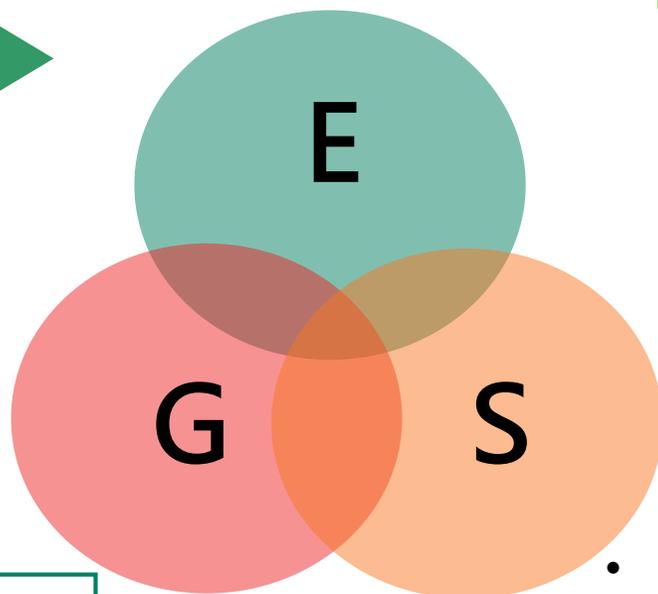


包材減量 寶特瓶回收機  
循環杯/租借杯 網購循環袋



### 重視剩食

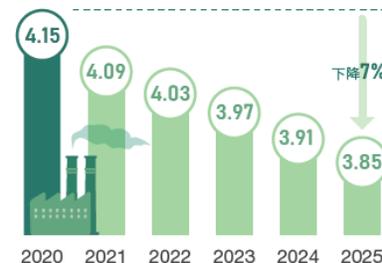
- 導入i珍食地圖
- 減少報廢、廚餘回收



### 減少碳排

- 導入TCFD、CDP問券
- ISO 50001、ISO 14064認證

溫室氣體密集度減量路徑圖



### 關注社區議題

- 一鄉鎮一門市，深入鄉鎮，滿足需求
- 線上線下串聯，OPENPOINT App愛心捐點
- 活動DIY延伸至家中，陪孩童度過疫情時光



連三屆入選DJSI指數成分股、  
連七屆公司治理評鑑排名前5%、  
FTSE4Good、MSCI ESG指數等

---

# The End