

統一超商

2912 TT

2024年第1季 營運重點與績效報告

近年營收及獲利表現

Unit: NTD billion	2019	2020	2021	2022	2023	YOY
Revenue (Company Only)	158.0	168.1	168.0	182.9	197.7	8.1%
Revenue (Consolidated)	256.1	258.5	262.7	290.4	317.0	9.2%
Profit attributable to owners of the parent	10.5	10.2	8.9	9.3	10.6	14.4%
EPS (NT\$)	10.14	9.85	8.52	8.93	10.21	14.4%

- 2023年營收及淨利成長，主要來自統一超商店數增加、PSD成長帶動，再加上轉投資事業包含菲律賓7-11、悠旅(星巴克)、統一生活(康是美) 等事業成長並貢獻獲利。

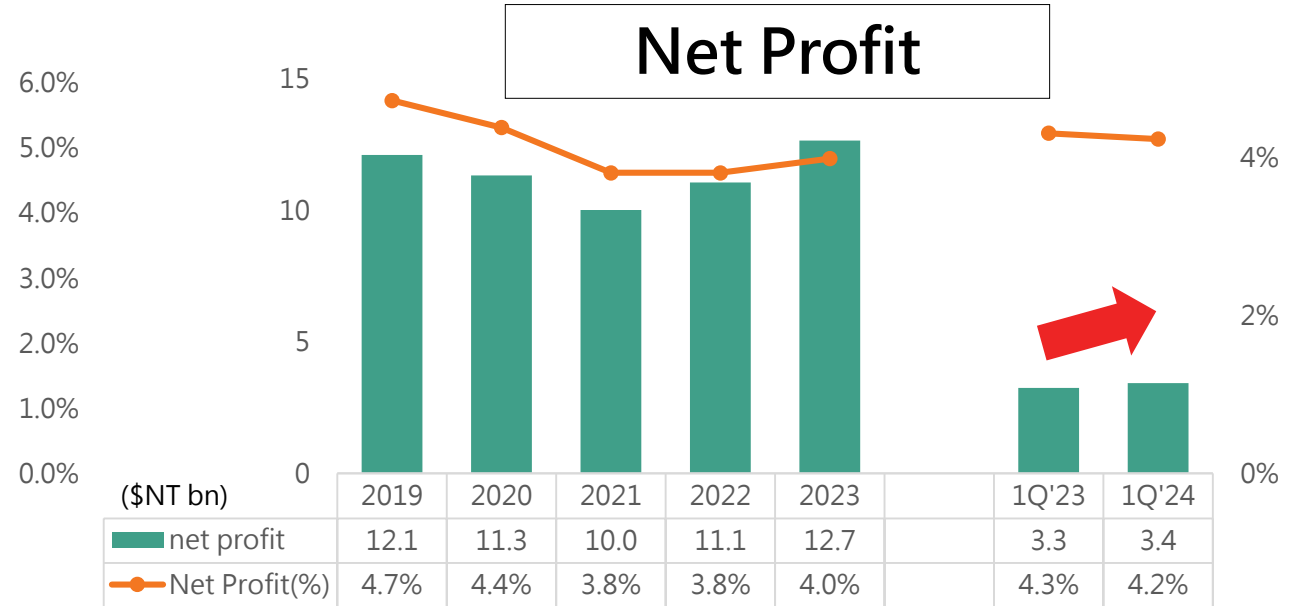
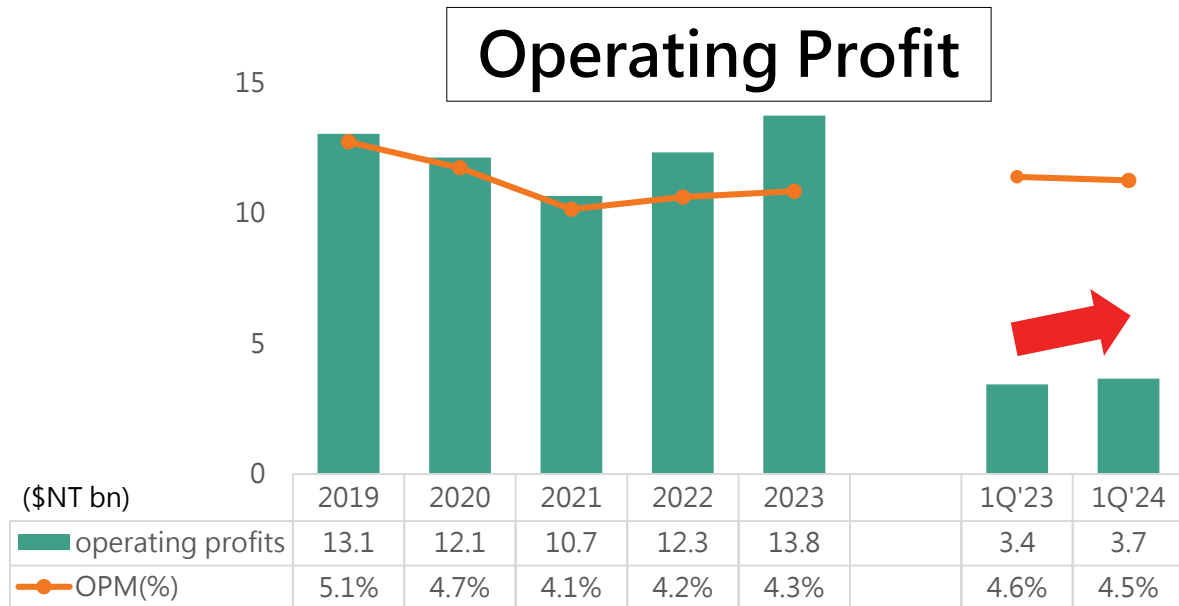
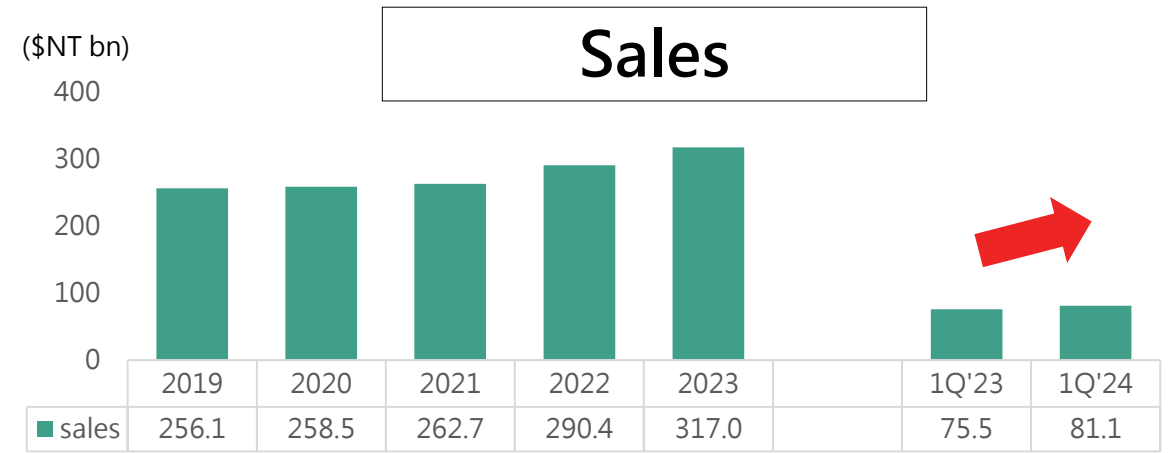
2024年第1季財務摘要

Unit: NTD billion	1Q24	1Q23	YOY
Revenue (Company Only)	50.1	47.1	6.4%
Revenue (Consolidated)	81.1	75.5	7.4%
Net Profit (Consolidated)	3.4	3.3	5.6%
Net Profit attributable to the parent company	2.9	2.8	4.4%
EPS (NT\$)	2.83	2.71	4.4%

- 1Q24營收及獲利持續提升，主要營收及獲利成長來自於台灣7-11、菲律賓7-11、康是美、統一速達等事業之貢獻。

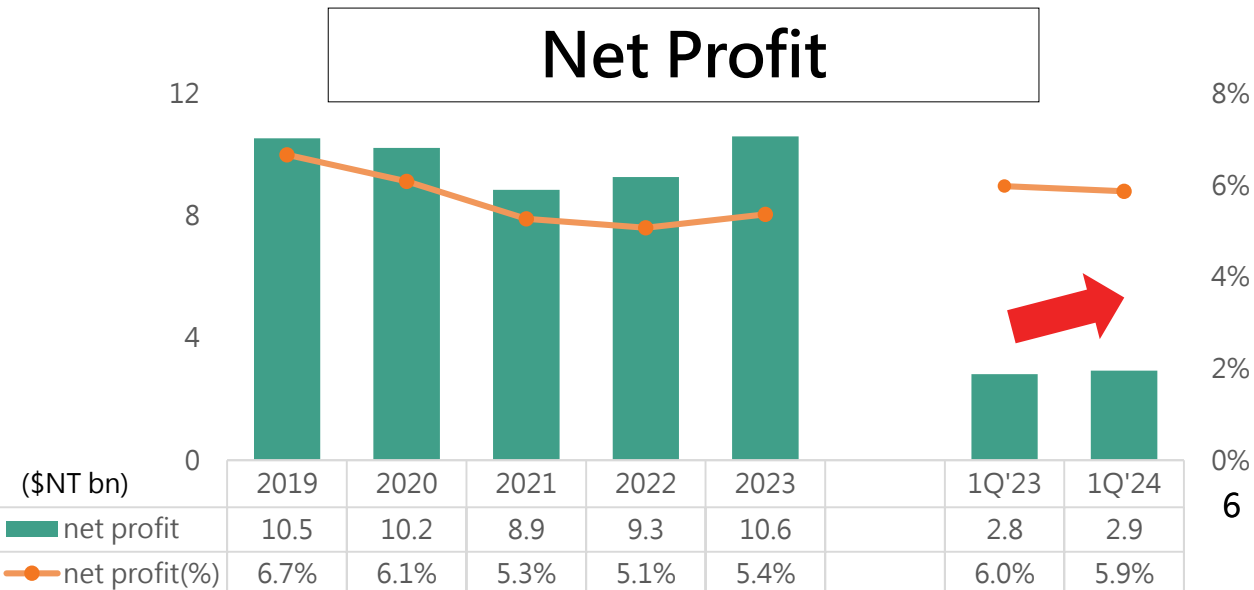
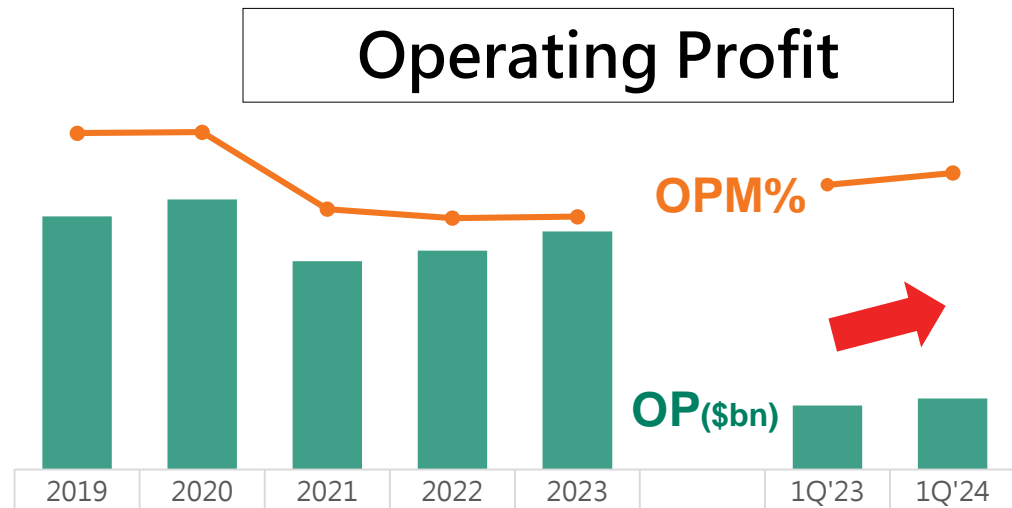
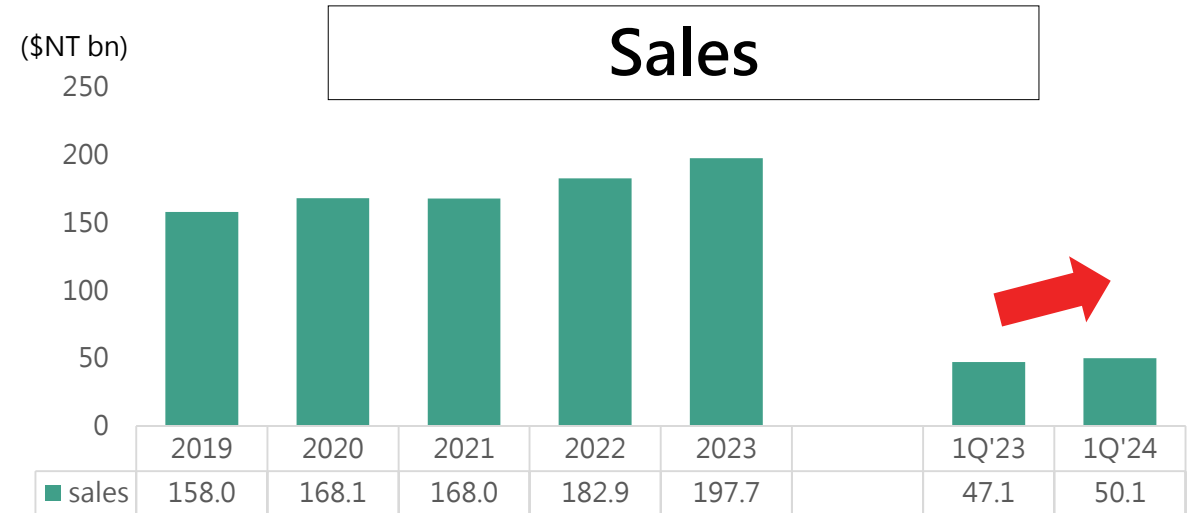
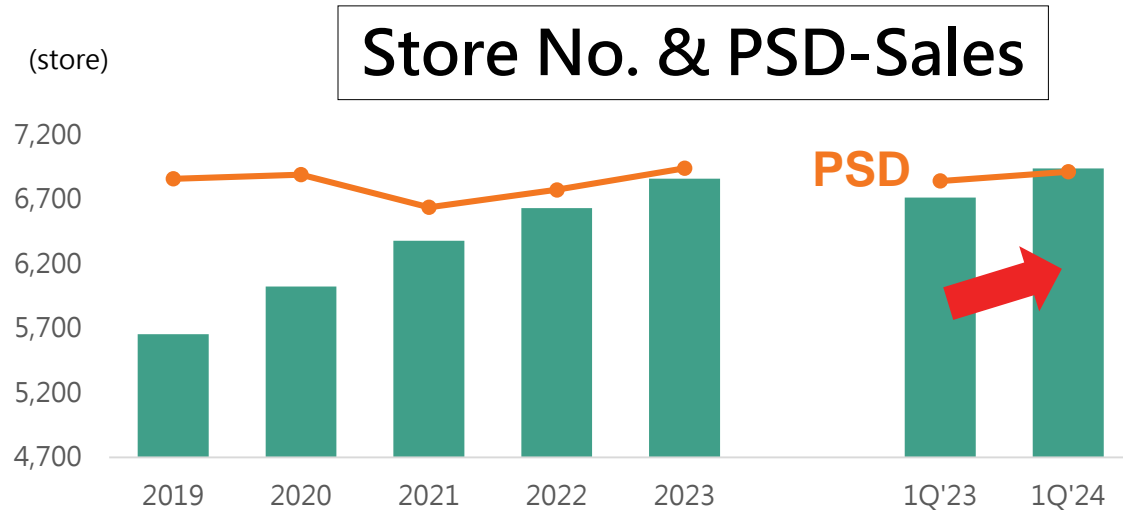
營運及獲利表現(合併)

- 1Q24合併營收成長7.4%，主要來自於台灣7-11、菲律賓7-11、康是美、統一速達等事業的貢獻，帶動本業獲利成長，加上業外因海外控股利息收入增加，合併稅後淨利成長5.6%。



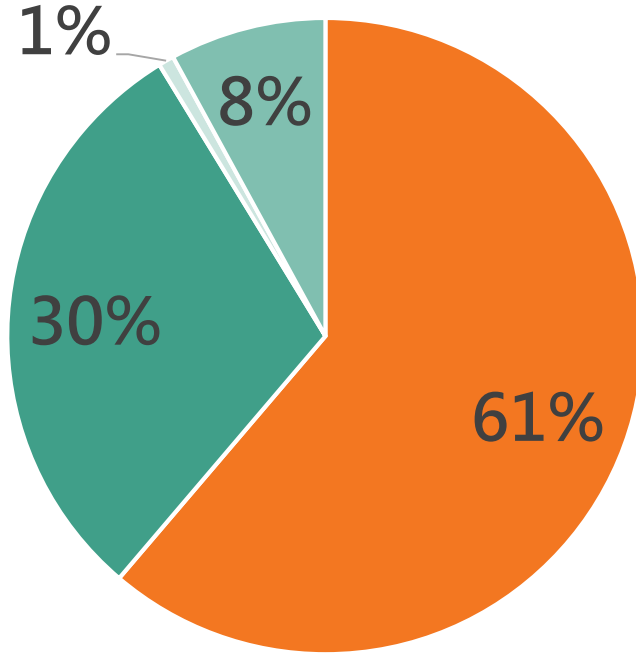
營運及獲利表現(個體)

- 台灣7-11持續展店，並透過鮮食、咖啡、飲料等，帶動PSD-Sales提升，營收成長6.4%。
- 營業利益率提高下，營業利益持續成長，再加上轉投資事業營運表現佳，帶動整體獲利提升。

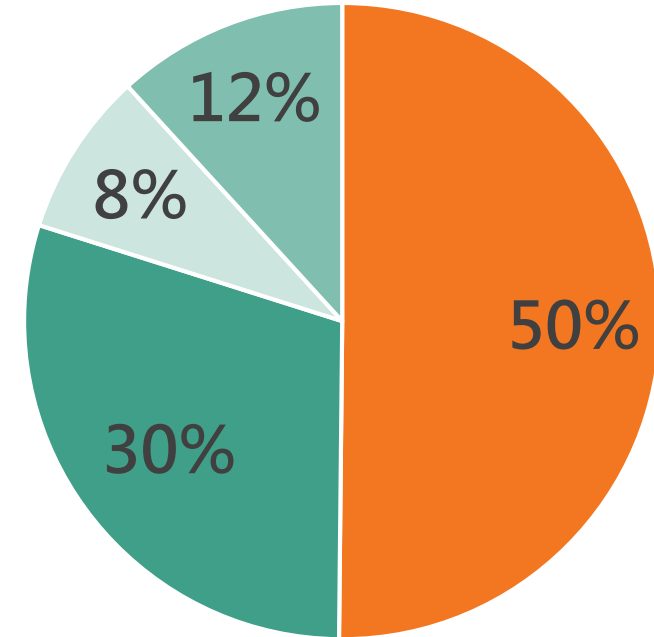


部門別資訊

sales



pre-tax profits



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

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

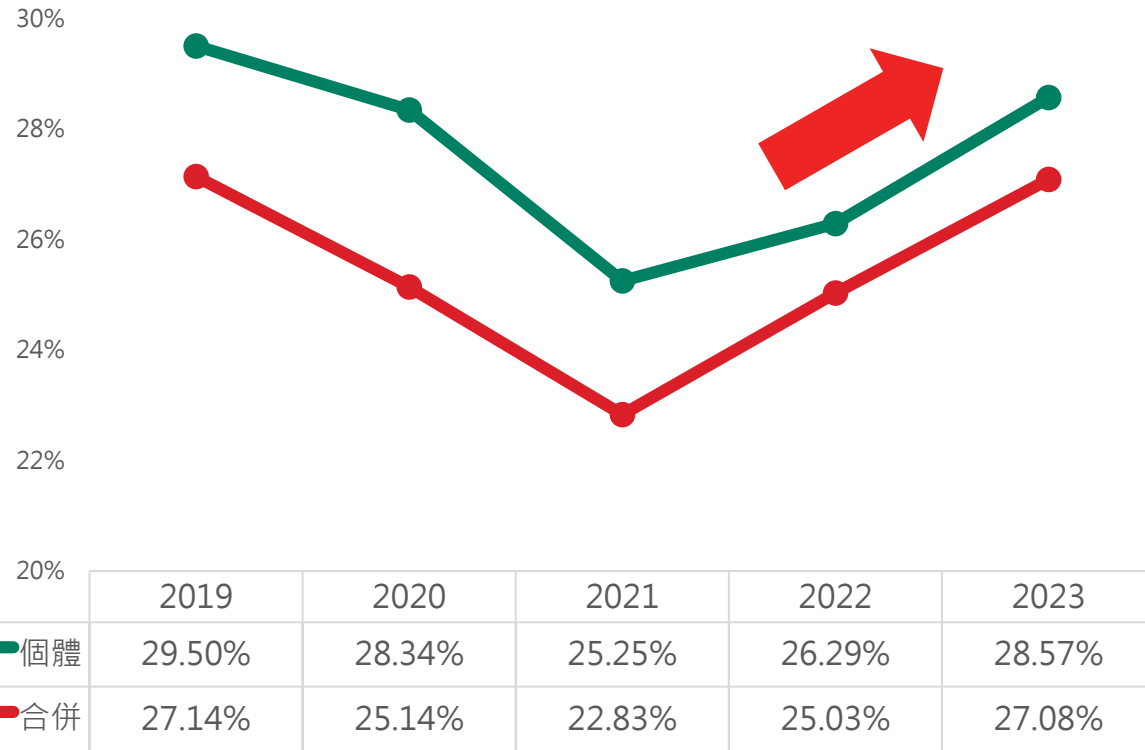
Retail: 菲律賓7-11, 康是美(統一生活), 宅急便(統一速達), 博客來及統一精工等

Logistics: 捷盟行銷, 統昶行銷及大智通文化行銷等

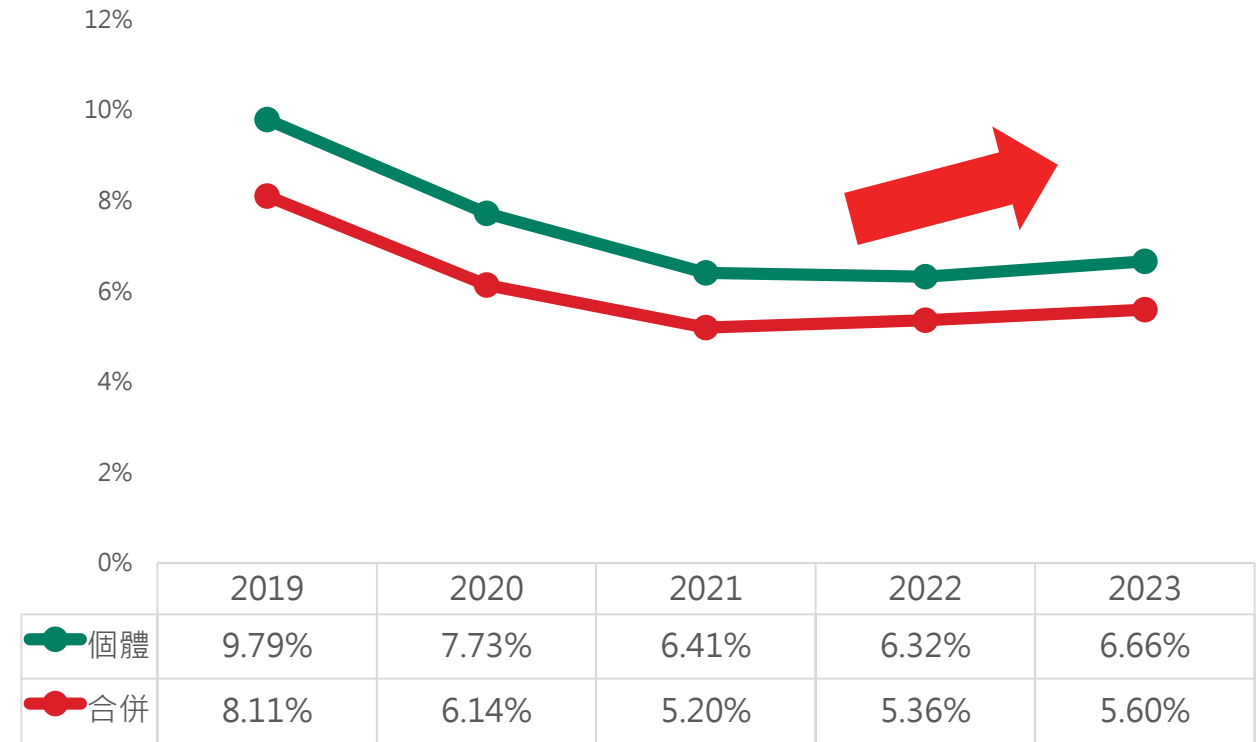
Others: 中國事業群, 餐飲事業群(如星巴克)及支援事業群

ROE及ROA表現

ROE

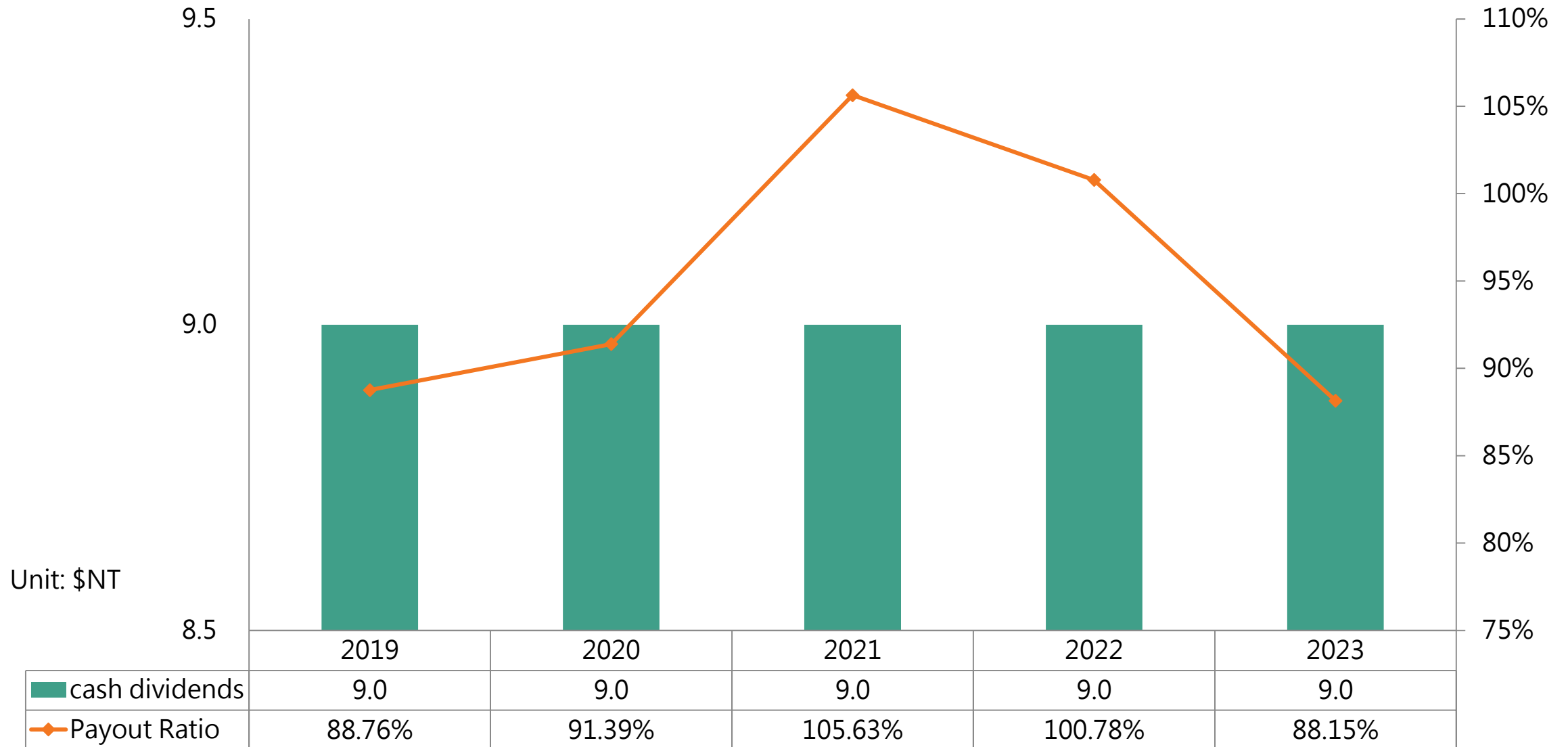


ROA



註：ROA受總資產持續增加影響(近年持續展店-固定資產及使用權資產增加、長期投資等)。

維持穩定的現金股利



註：2023年現金股利配發金額，已通過股東會決議。

未來展望

2024年經營主軸

OMO效益展現

1. 門店質量並進

- 持續展店，店數市佔率 > 50%
- 多元複合模組
- 區塊整合、店質提升
- 加盟佔比 > 90%



2. 差異結構優化

- 鮮食&咖啡強化
- 異業合作、聯名商品
- 差異/趨勢掌握
(健康、生鮮、國際採購、寵物等)

星級饗宴
★ STAR RATED CUISINE ★

Oh lala
天素地蔬

CITY CAFE
CITY PRIMA
精品咖啡

CITY TEA
現萃茶
黑糖珍珠撞奶

4. 數位平台整合

點數 點數規模雙位數成長

會員 會員數 > 17 mn
數據運用強化

APP 會員貢獻度 > 50%



3. 線上商機佈局

- i預購 + i划算
- E-Service平台發展及跨境延伸
- 外送服務整合

賣貨便 iOPEN Mall



超越顧客期待的生活服務平台

擴大市場領先優勢

穩健擴張 兼顧質量並進與夥伴經營

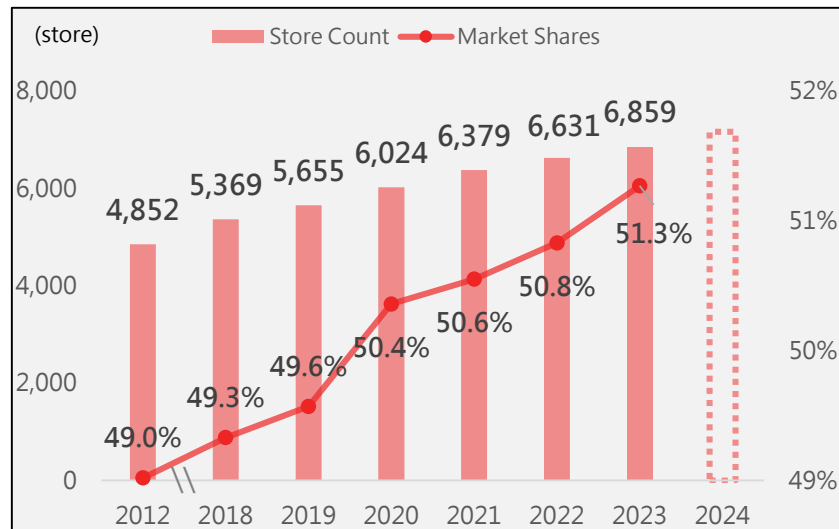


因應消費者需求調整，成為顧客依賴的生活服務平台

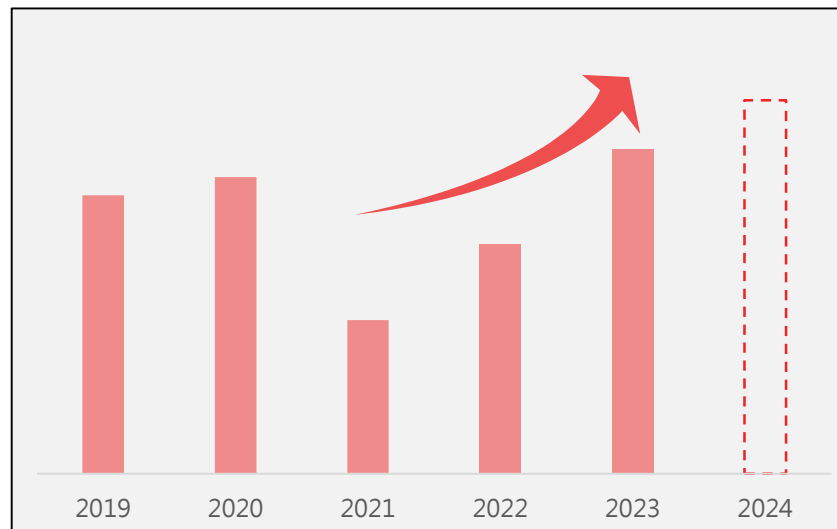


- 商圈布局，區塊整合
- 質量並進，業績鞏固
- 複數經營，加盟穩健
- 經營夥伴，永續成長

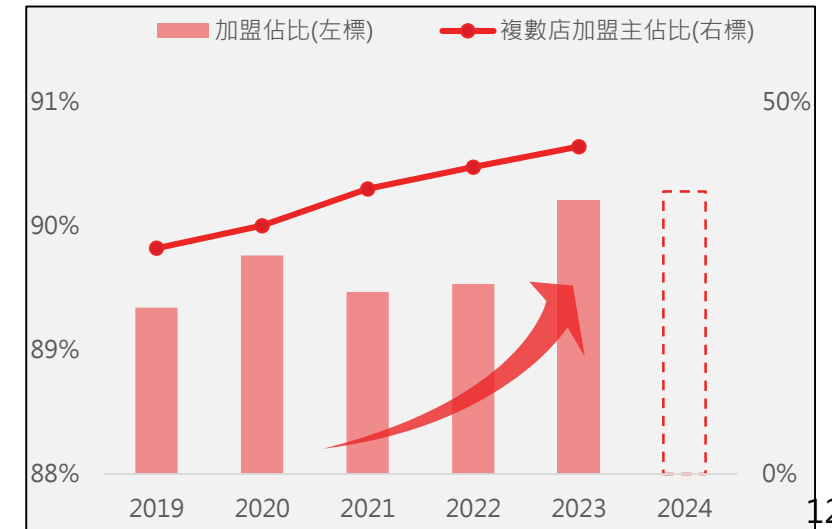
台灣7-ELEVEN 店數&市佔率



台灣7-ELEVEN PSD-Sales



台灣7-ELEVEN 加盟佔比&複數店加盟主佔比



滿足各式族群生活所需

多元場域 建構最適門店



全台鄉鎮進駐，提供全天服務

全鄉全店
服務

聯名IP
特色店



史努比、三麗鷗、航海王、咖波等



Food
Service

7-ELEVEN

科技概念
店



影像追蹤感應器、AI、IOT、手機自助結帳等(第七間無人店)

Mister Donut(甜甜圈)、COLD STONE(冰淇淋)、21世紀(烤雞)、Semeur(烘焙)、天素地蔬(素食)、果汁Bar等

多元複合
元素

ESG
永續理念



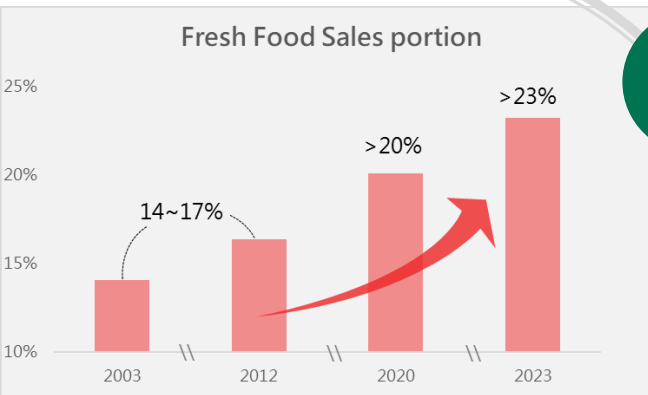
充電樁、高效智慧回收機、太陽能光電等



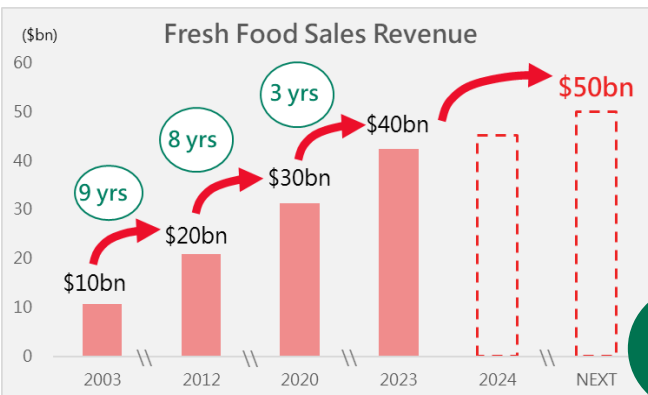
星級美饌(7-ELEVEN Fresh)、K.Seren(美妝)、OPEN!MART(生鮮蔬果)、博客來(書籍)、寵物等

建構生活美食平台

外食趨勢 提供美味安全的鮮食



Next Milestone



1

品牌經營，億元商品塑造

- 星級饗宴：五星聯名，價值升級
- 天素地蔬：差異類別，綠色飲食
- Ohlala等：異國風味、驚艷美味



天素地蔬 御飯糰



2

趨勢掌握，滿足消費需求

- 健康、高纖、低GI
- 加菜料理、簡單烹飪
- 傳統美食鮮食化



3

品質提升，美味持續升級

- 產能提升、效期延長
- 食安優先，用心把關



延伸CITY CAFE經營範疇

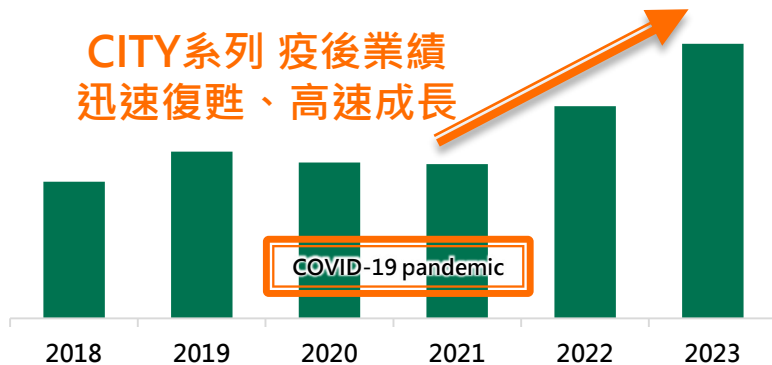
品質提升+風味變化 拓展多元客群

CITY CAFE

- 咖啡豆、咖啡機持續升級
- 客層拓展-風味飲、厚乳拿鐵...
- 多元銷售渠道推動業績



CITY系列 疫後業績
迅速復甦、高速成長



CITY PRIMA

- 提升品牌價值
- 咖啡達人推廣品牌
- CQI*評鑑認證



CITY TEA

- 高品質純茶-ITQI*認證得獎
- 單萃機擴展至3000店
- 品項多元、茶攤店中店
- 設備優化
-製冰機、封膜機



持續創新高

2023營業額
突破170億

2015營業額
突破100億

2004導入
CITY CAFE



CITY PRIMA
精品咖啡

CITY TEA
現萃茶

CITY CAFE
黑糖
珍珠撞奶



*CQI: Coffee Quality Institution
*ITQI: International Taste Institute

連結電商與顧客的橋梁

優質服務 串聯線上線下商機



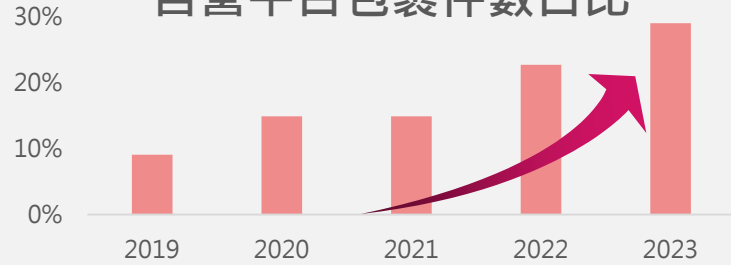
新電商服務延伸

- 新增外部電商取貨合作、跨境服務
- 集團電商強化經營
- 服務延伸，店、宅、社區

EC到店取貨佣金收入



自營平台包裹件數占比



自營平台強化

- 自營平台件數排名No.2、成長率>40%
- 建置iOPEN Mall (C2C平台)
- 冷鏈店取，完整物流服務



基礎建設優化

- 提升效率，年產量↑
- 包裹取貨省力化導入
- 功能擴建，滿足買賣需求
- 安心取服務



集結食衣住行育樂 點數好集、好用、好生活

點數驅動回店消費 提高會員人均貢獻

OPENPOINT 有點真好

開啟OP APP
年不重複人數
900萬人

每名會員平均
一天打開約2次



會員人數
> 17 佰萬
佔台灣總人口72%

會員貢獻度
50-55%
年消費金額 > 千億

兌點率
85-90%
年發點量 > 17 億

擴大點數規模 拓展OP生態圈

- 超過50個通路品牌
- 跨境點數交換
- 提升點數能見度

協同支付工具 創造跨品牌流量

- 打造生態圈大平台
- 會員數據運用
- 導流集團創造業績

強化點數價值 滿足會員累兌需求

- 加速點數流通
- 提升會員貢獻度及忠誠度



最依賴的APP 《資策會票選》

最受歡迎點數 《東方線上調查》

i 預購
i 划算

icash pay
OPEN 錢包

行動隨時取

7-ELEVEN
小7 集點卡



佈建集團物流藍圖

物流整合 技術升級 建構全台最大物流量能

2~4年後
陸續啟用



產能擴增

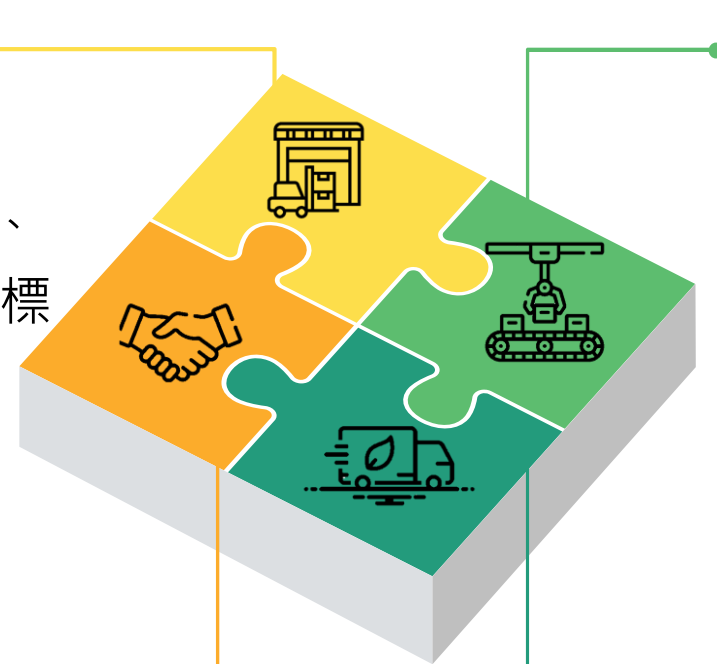
- 支援集團展店、線上EC發展目標
- 整併既有倉儲
- 空間坪效UP

自動化設備

- 設備效率提升
- 減少人工作業、人均產能↑
- 太陽能光電、運輸整合

新業務導入

綠色物流



大智通



捷盟



統昶



速達

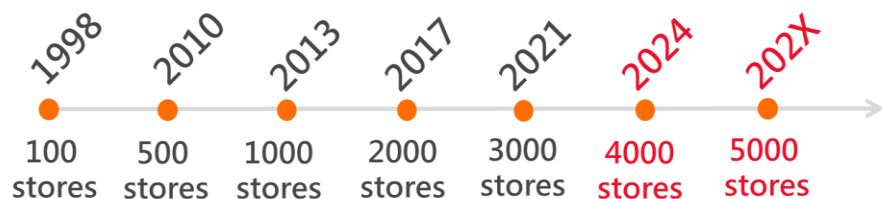


菲律賓7-ELEVEN 發展潛力可期

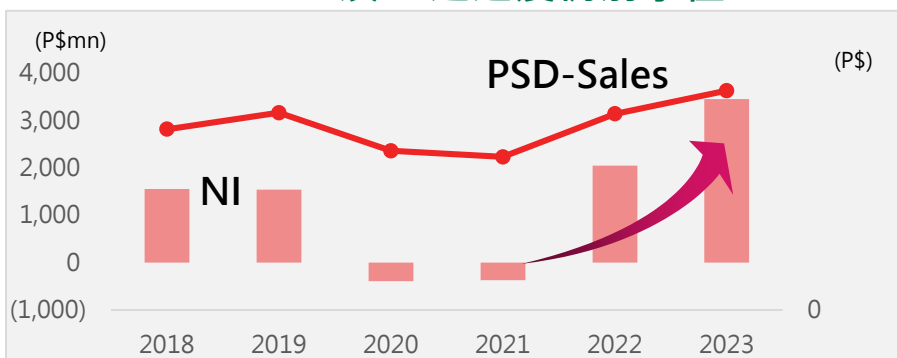
成長引擎 成為第二大營收/獲利貢獻

掌握CVS發展機會

- 菲律賓CVS成長空間大
- 2023年店數3,768店，市佔率No.1
- 2024年維持快速展店，強化呂宋島外之布局，延伸各島嶼

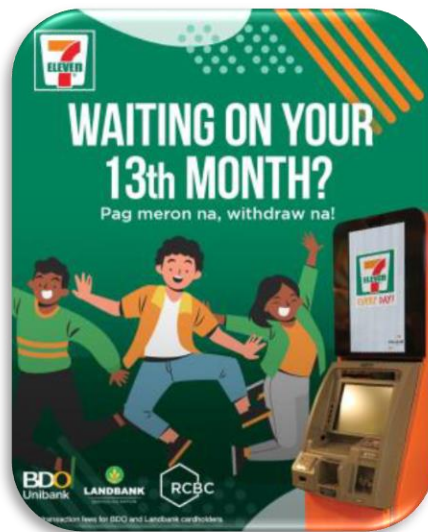


PSD-Sales及NI超越疫情前水位



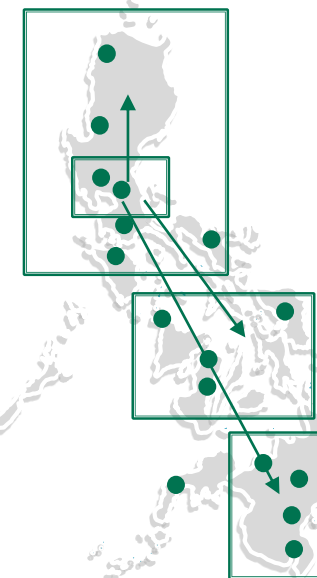
差異類別擴大差距

- PSD-Sales持續提升
- 強化鮮食(炸雞)、咖啡、日用品經營
- 擴大代收服務範疇及7B Cash Recycle ATM



基礎強化數位運用

- 物流配送範圍持續擴增
- 集團支援、綜效展現
- CLiQQ Grocery (EC)、CLiQQ (E-Wallet)拓展數位生態圈





ESG獲獎肯定 展現永續經營績效



TOP No.3

Member of
**Dow Jones
Sustainability Indices**
Powered by the S&P Global CSA

- 連續3年全球食品零售產業排名 TOP 3

TOP 5%

**臺灣證券交易所
公司治理評鑑**

- 連續9年上市公司排名前5%

A- rating



- 連續2年榮獲 A-領導等級

BBB



- ESG Leader : Privacy & Data Security, Product Safety & Quality

獎項肯定

- 連續4年『亞洲企業社會責任獎』
- 連續7年『TCSA台灣企業永續獎』
- 2023年『TCSA亞太暨台灣永續行動獎』 4項金級獎、2項銀級獎
- 『TSAA台灣永續行動獎』 6項大獎
- 『天下永續公民獎』大型企業排名第15名
- 第19屆『遠見雜誌ESG企業永續獎』 3項獎

入選成分股



- 包含DJSI世界指數、MSCI Index series、FTSE4Good Index series、台灣永續指數、臺灣就業99指數、公司治理100指數

地球永續 成為你我日常

強化風險管理及ESG意識

- 成立董事會轄下風險暨資安管理委員會
- 高階主管薪酬連結ESG KPI

重視消費者健康營養

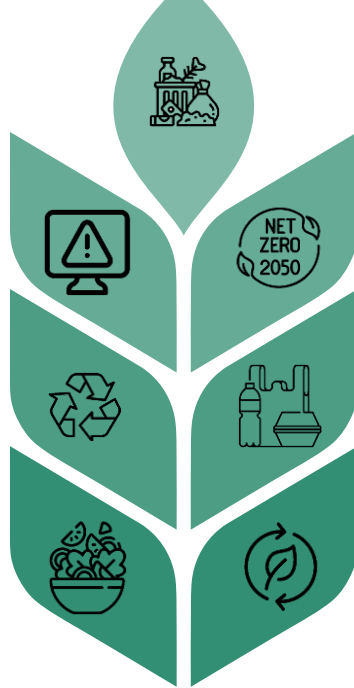
導入永續商品，推出天素地蔬(素蔬食)、Simple Fit(健康營養)、低碳商品等

減少食物浪費

- 設定2030年剩食減半目標
- 建置永續農場，回收咖啡渣種植玉米及高麗菜



統一超商
+
轉投資事業
+
供應鏈



承諾2050年淨零碳排

- 依循SBTi精神，規劃減量路徑，朝淨零邁進
- 建置門市屋頂及總部綠電
- 延伸轉投資事業

降低一次性塑膠佔比

- 設定2050年全面淘汰
- 導入iECO循環杯租借服務>1,000台

導入FSC環保紙包材

CITY CAFE紙杯全面導入FSC認證包材



The End