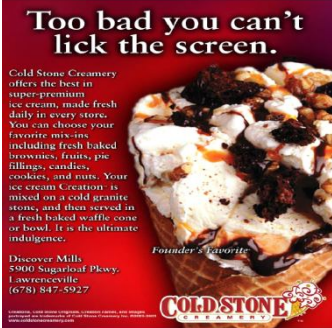


統一超商

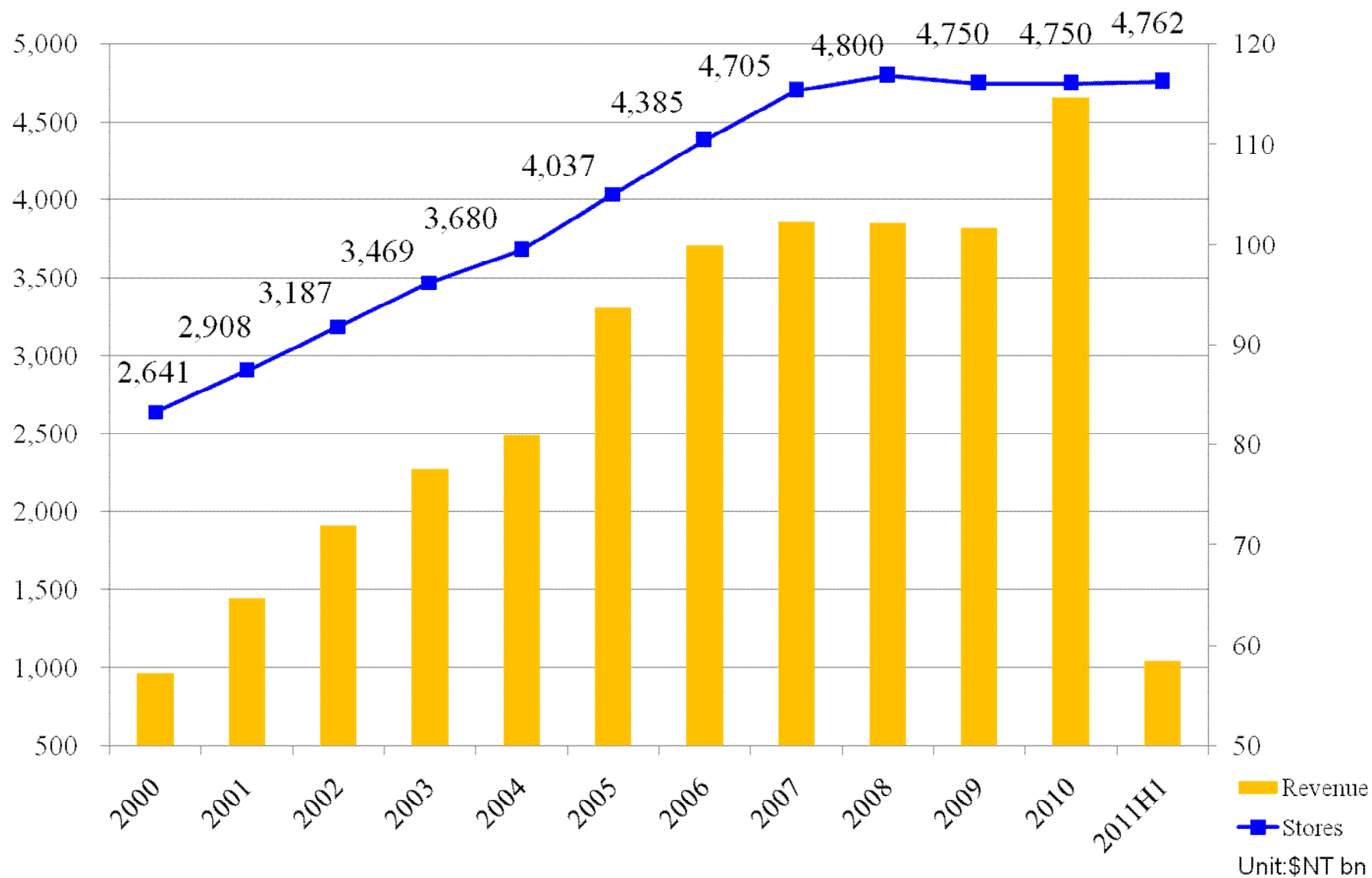


2912TT



2010 年及2011H1營運績效報告

營收和店數成長趨勢

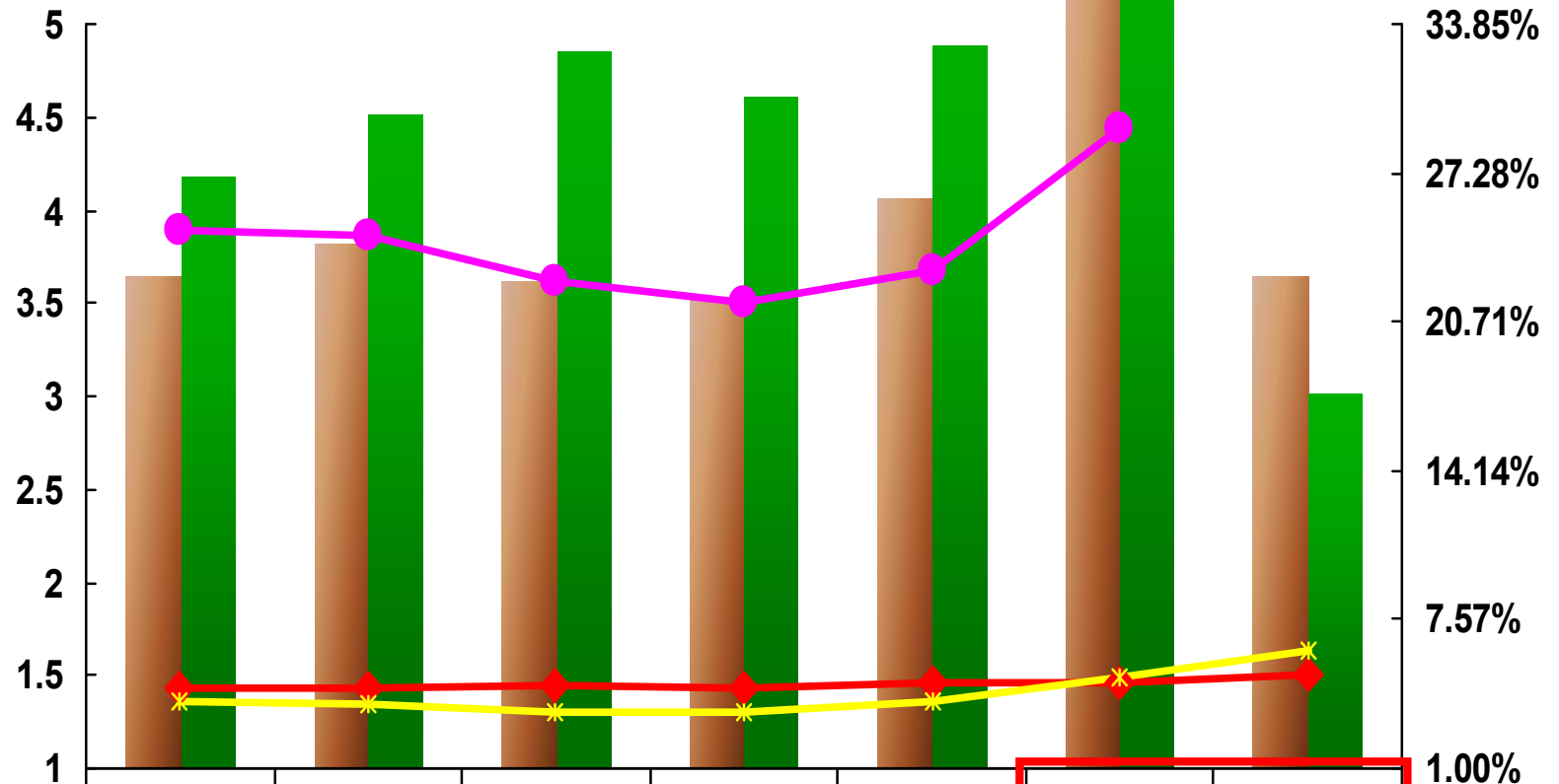


2010年及2011H1損益分析

Unit:\$NT'million

	<u>2010</u>		YOY	<u>2011H1</u>		YOY
	<u>Amount</u>	<u>%</u>	<u>%</u>	<u>Amount</u>	<u>%</u>	<u>%</u>
Net sales	111,074	96.9%	12.9%	56,527	96.7%	6.2%
Other operating revenue	3,590	3.1%	6.4%	1,929	3.3%	9.5%
Total operating revenue	114,664	100.0%	12.7%	58,456	100.0%	6.4%
Gross profit	35,923	31.3%	9.0%	18,495	31.6%	7.9%
Operating expenses	(30,395)	-26.5%	8.3%	(15,476)	-26.5%	6.3%
Operating income	5,527	4.8%	13.0%	3,018	5.2%	16.7%
Non-operating income	1,102	1.0%	increase 1352	1,199	2.1%	6.3%
Income before taxes	6,629	5.8%	42.7%	4,217	7.2%	17.7%
Income tax expense	903	0.8%	54.4%	570	1.0%	40.4%
Net Income	\$5,726	5.0%	41.1%	\$3,647	6.2%	14.8%
Earnings per share	(pre-tax)	(after tax)		(pre-tax)	(after tax)	
Net income (unit:\$NTD)	<u>6.38</u>	<u>5.51</u>		<u>4.06</u>	<u>3.51</u>	

獲利能力及金額創新高



unit : NT\$ bn

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011H1
Net Profit	3.65	3.82	3.62	3.52	4.06	5.73	3.65
Operating Profit	4.18	4.51	4.85	4.61	4.89	5.53	3.02
Operating Margin	4.50%	4.50%	4.70%	4.50%	4.80%	4.80%	5.16%
Net Margin	3.90%	3.82%	3.54%	3.44%	3.99%	4.99%	6.24%
ROE	24.73%	24.54%	22.47%	21.53%	22.95%	29.26%	-

成長雙動力:台灣7-11及轉投資事業

2010 獲利成長 41%
2011H1 獲利成長 14.8%

台灣7-11穩健成長

- ✓ 內部策略效益持續展現
- 新型態門市
- 自有品牌(Private Label)
- 虛擬商機
- 多樣化行銷策略

轉投資事業產生實質獲利貢獻

- ✓ 2010年獲利破億元的BU達12家
- ✓ 未來強勁的獲利動力

集團版圖

流通事業

- 台灣7-11
- 康是美 (100%)
- 統一佳佳 (100%)
- 統一精工 (80.87%)
- 統一藥品 (73.74%)
- 統一阪急 (70%)
- 寵物達人 (70%)
- 統一速達 (70%)
- 菲律賓7-11(56.59%)
- 無印良品(Taiwan) (51%)
- 越南 Uni-Mart (51%)
- 博客來 (50.03%)
- 樂天(49%)

物流事業

- 捷盟 (25%)
- 統昶 (60%)
- 大智通 (100%)

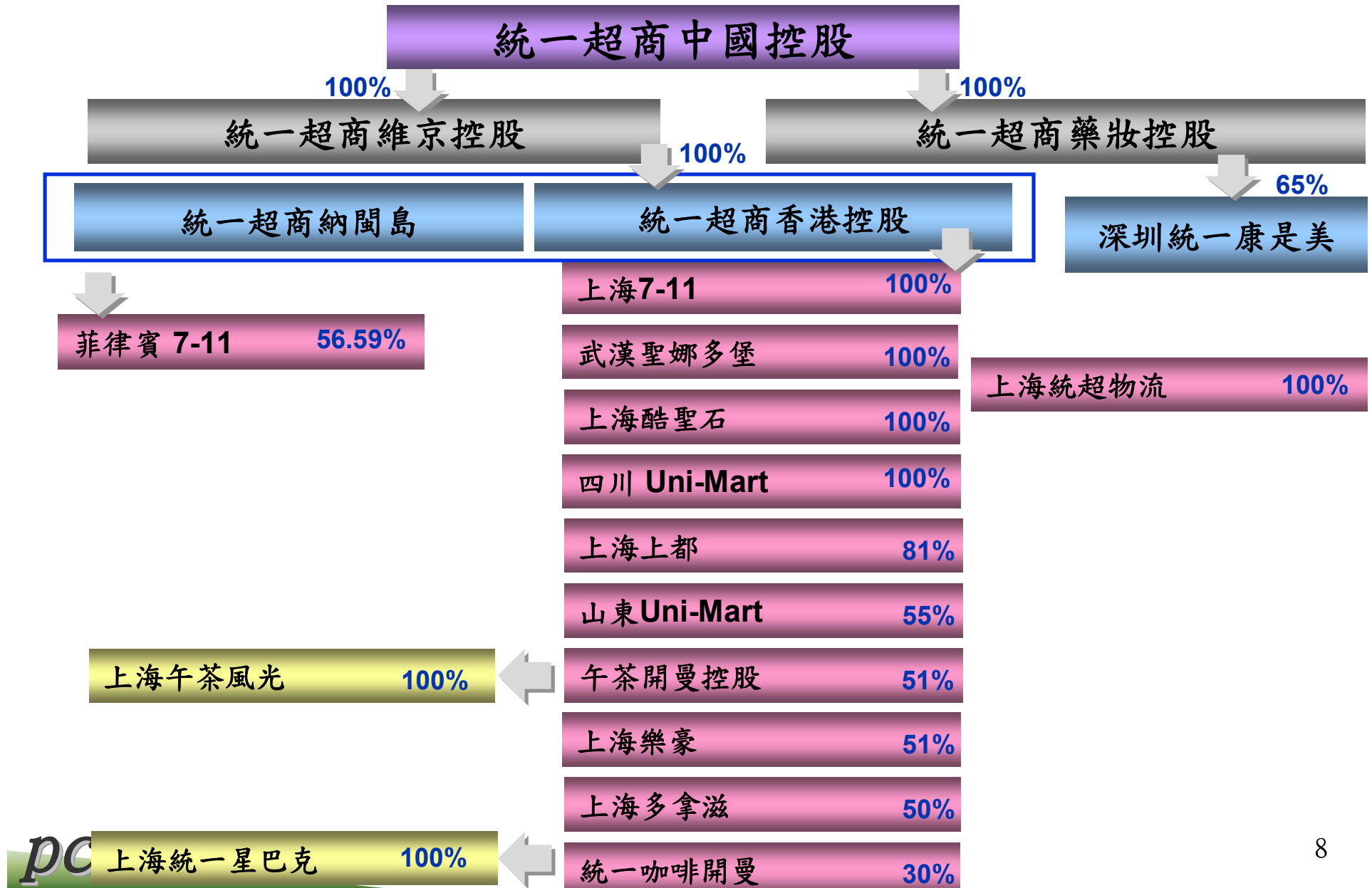
餐飲事業

- 21世紀 (100%)
- 聖娜多堡 (100%)
- 酷聖石 (100%)
- 統一上都 (81%)
- 午茶風光 (51%)
- 多拿滋 (50%)
- 統一星巴克 (30%)

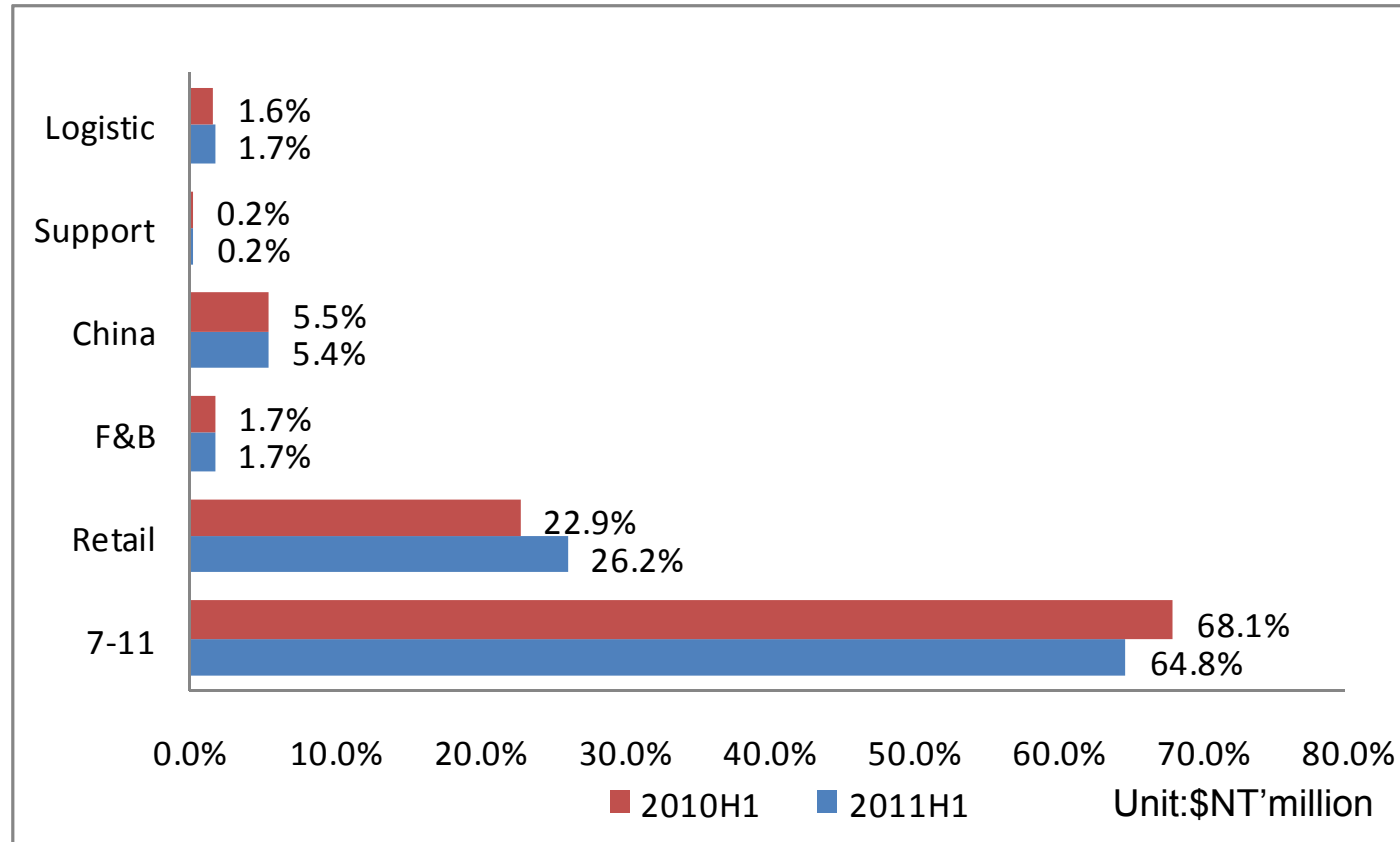
支援事業

- 首阜企管 (100%)
- 東京行銷 (100%)
- 統一武藏野 (90%)
- 安源資訊 (86.76%)
- 統一資訊 (56%)
- 金財通 (53.33%)

海外投資架構

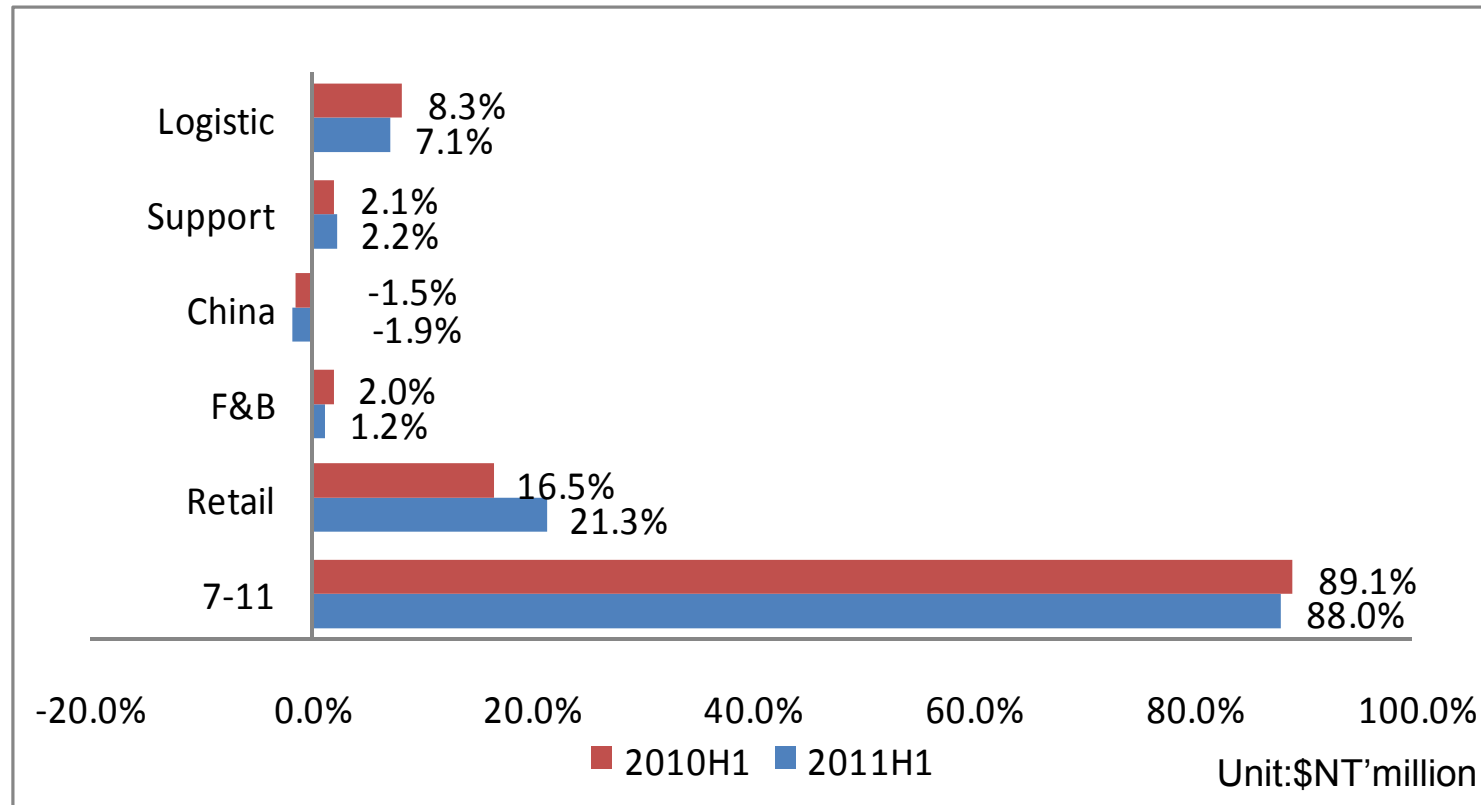


各事業群合併營收佔比



	7-11	Retail	F&B	China	Support	Logistic
2011H1	58,456	25,554	1,817	5,255	1,753	43,426
2010H1	54,967	19,783	1,620	4,810	1,660	39,926

各事業群合併獲利佔比



	7-11	Retail	F&B	China	Support	Logistic
2011H1	3,647	881.18	51.53	(77.05)	93.03	296.29
2010H1	3,177	588.05	70.34	(53.80)	76.59	295.76

台灣轉投資事業

Unit: \$NT'm

Lifestyle Business

統一康是美 (100%)



店數: 340

獲利:

10'FY: 297 11'H1: 152

09'FY: 166 10'H1: 126

無印良品 (51%)



店數: 21

獲利:

10'FY: 160 11'H1: 111

09'FY: 105 10'H1: 72

統一阪急 (70%)



店數: 2

獲利:

10'FY: -240 11'H1: -36

09'FY: -352 10'H1: -170

Restaurant

統一星巴克 (30%)



店數: 241

獲利:

10'FY: 329 11'H1: 200

09'FY: 111 10'H1: 180

午茶風光 (51%)



店數: 10

獲利:

10'FY: -35 11'H1: -8

09'FY: -34 10'H1: -10

統一多拿滋 (50%)



店數: 47

獲利:

10'FY: 2 11'H1: 18

09'FY: -109 10'H1: 7

酷聖石 (100%)



店數: 29

獲利:

10'FY: 32 11'H1: 10

09'FY: -12 10'H1: 20

E-Commerce

博客來 (50.03%)



獲利:

10'FY: 189 11'H1: 111

09'FY: 123 10'H1: 98

樂天 (49%)



獲利:

10'FY: -112 11'H1: -8

09'FY: -207 10'H1: -80

大陸轉投資事業

Unit: \$NT'm

Convenience Store

上海 7-11 (100%)



店數: 69

獲利:

10'FY:-162 11'H1:-121

09'FY:-89 10'H1:-63

Drugstore

深圳 統一康是美 (65%)



店數: 6

獲利:

10'FY:-35 11'H1:-11

09'FY:-86 10'H1:-13

Restaurant

上海 星巴克 (30%)



店數: 208

獲利:

10'FY:387 11'H1:306

09'FY:229 10'H1:140

上海 午茶風光 (51%)



店數: 2

獲利:

10'FY:-42 11'H1:-27

09'FY:-73 10'H1:-21

上海 多拿滋 (50%)



店數: 9

獲利:

10'FY:-55 11'H1:-20

09'FY:-55 10'H1:-26

上海 酷聖石 (100%)



店數: 42

獲利:

10'FY:-52 11'H1:-19

09'FY:-115 10'H1:-26

Supermarket & Hypermarket

四川 Uni-mart



Hypermarket (100%)

店數: 5

獲利:

10'FY:-23 11'H1:0.08

09'FY:-103 10'H1:0.4

山東 Uni-mart



Supermarket (55%)

店數: 155

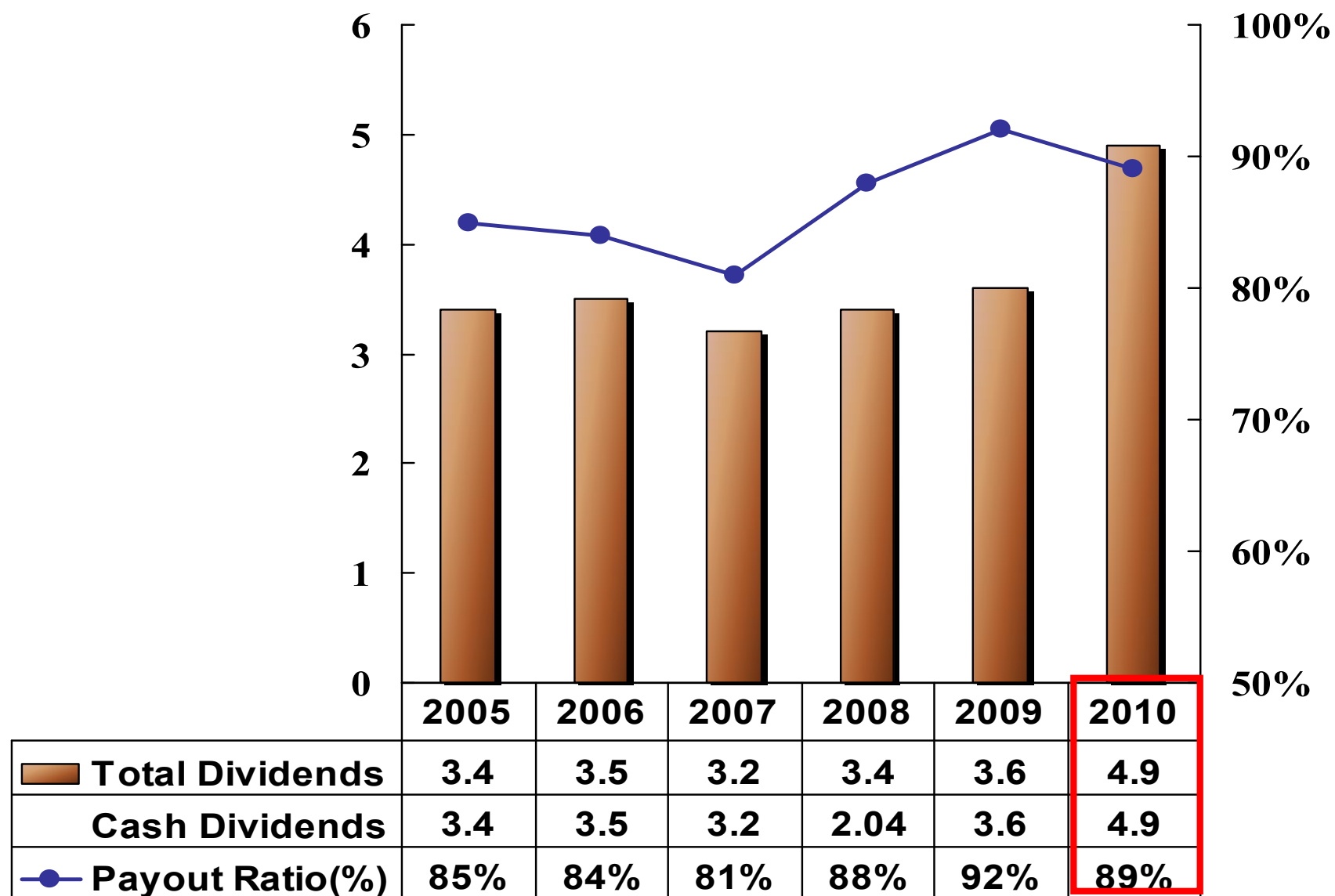
獲利:

10'FY:157 11'H1:80

09'FY:163 10'H1:92

股利政策

100%現金股利發放，每股配發股利創新高



2011年展望

台灣7-11經營策略：
強化虛實整合的服務平台
40%以上大店格標準店門市

Food Store

City Café與
三餐經營

+

Net Store

服務商品與
數位商機

【Chain Store】 => 【Net Store】

- 消費者到店購買、取貨、服務的最便利平台
- 虛實整合的最創新平台
- 廠商銷售商品、執行活動的最有效平台

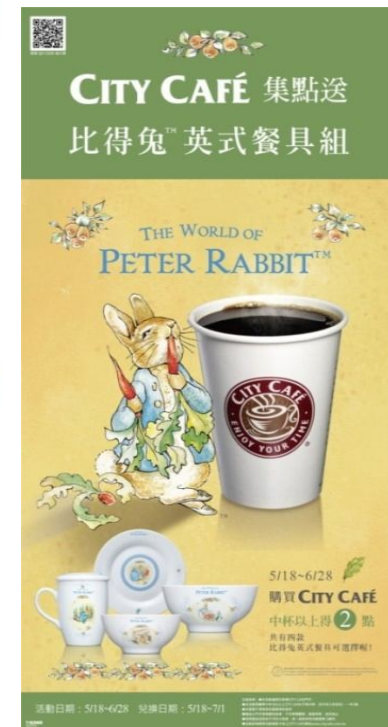
新型態門市的持續開展與商圈整合

- 以提升單店獲利能力為門市經營之優先考量
- 視商圈特性提供豐富商品結構
- 目前大店格門市佔比為40%，未來將持續提升



調整商品組合，豐富商品結構

- 單品精緻化：每天CITY CAFÉ 成為現代人的life style
提供消費者安心、美味、健康的鮮食服務
- 結構齊全化：NB與 PL商品的組合，提供消費者多樣化的商品選擇
- 價格合理化：提供消費者價格合理的日用品及PL商品



創新多元行銷活動，提升消費附加價值

- 2011Q3推出「拉拉熊 浪漫法國篇」全店行銷活動，活動期間帶動超商與部份轉投資事業營收及獲利的提升
- 運用Facebook做為行銷及與顧客互動的平台，目前粉絲約144萬人，為Facebook上粉絲最多的台灣企業



虛擬二樓，商機無限延伸

- ibon便利生活站：台鐵票務、結合網購等新服務陸續上線
- 7net：品項數約30萬件，會員數近64萬人



列印/掃描	購票	休閒旅遊	數位生活
下載	儲值	紅利	繳費
申辦服務	好康遊戲		

操作 Demo

海外轉投資事業—移轉、複製、在地化

菲律賓-成為開發中市場的最佳便利零售業者

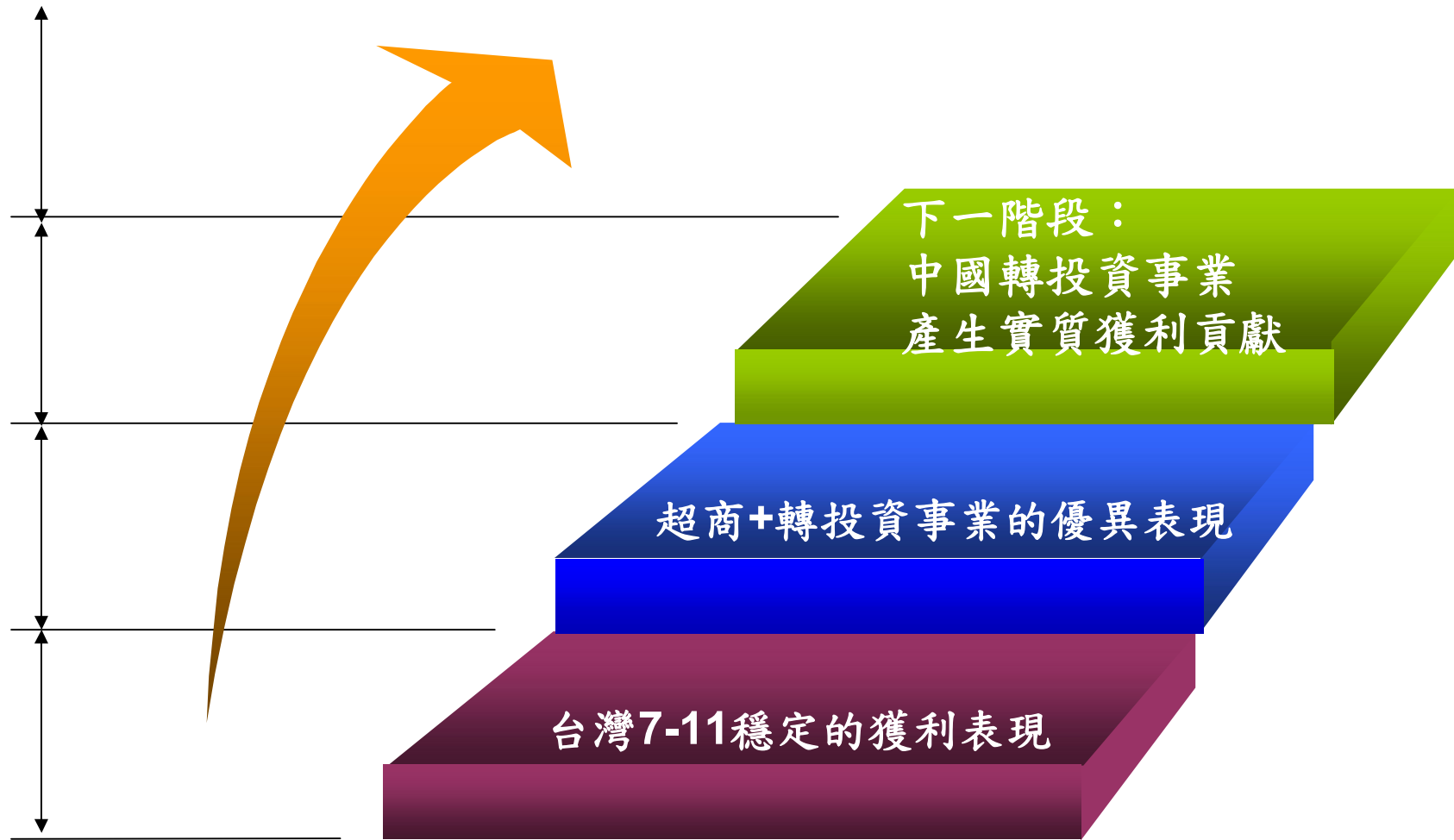
- 強化鮮食及一般商品之經營，提昇PSD
- 加速展店，擴大市場優勢
 - 空白商圈的持續展店
 - 提高加盟佔比預計2013年達1000店
- 有效控管費用

中國-成為區域領導品牌

目前中國地區總店數共524店
其中，華東地區約353店

- 上海7-ELEVEN：
穩健積極的展店策略及差異化商品結構
- 中國餐飲事業：
深耕既有品牌經營
- 中國超市業：
二、三級城市展店及差異化經營

永續成長的關鍵 聚焦、執行力





Q&A

Too bad you can't lick the screen.

Cold Stone Creamery offers the best in super-premium ice cream, made fresh daily in every store. You can choose your favorite mix-ins including fresh baked brownies, fruits, pie fillings, candies, cookies, and more. Your ice cream creation is mixed on a cold granite stone, and then served in a fresh baked waffle cone or bowl. It is the ultimate indulgence.

Founder's Favorite

Discover Mills
5900 Sugarloaf Pkwy.
Lawrenceville
(678) 847-5927

COLD STONE



COSMED
康是美



博客來網路書店
books.com.tw

Thanku
統一阪急百貨

