



統一超商



2912TT



pcsc

2013年第一季營運績效報告

2013年第一季損益分析

單位：新台幣百萬元

	<u>2013Q1</u>		<u>2012Q1</u>		YOY	<u>2012FY</u>		<u>2012FY</u>	
	Amount	%	Amount	%		Amount	%	Amount	%
Operating revenue	48,374	100.0%	46,608	100.0%	3.8%	208,264	100.0%	192,603	100.0%
Operating cost	(33,467)	-69.2%	(31,728)	-68.1%	5.5%	(145,044)	-69.6%	(129,388)	-67.2%
Gross profit	14,907	30.8%	14,879	31.9%	0.2%	63,220	30.4%	63,215	32.8%
Operating expenses	(12,478)	-25.8%	(12,761)	-27.4%	-2.2%	(54,493)	-26.2%	(54,447)	-28.3%
Operating income	2,429	5.0%	2,118	4.5%	14.7%	8,727	4.2%	8,768	4.6%
Net income belong to :									
Owner	\$2,022	4.2%	\$1,687	3.6%	19.9%	\$6,789	3.3%	\$5,916	3.1%
Non-controlling interests	247	0.5%	206	0.4%	19.9%	834	0.4%	841	0.4%
Total	2,268	4.7%	1,893	4.1%	19.8%	7,624	3.7%	6,756	3.5%
EPS after tax (Unit:\$NT)	1.94		1.62			6.53		5.69	

PCSC版圖

台灣 7-11

流通事業

- 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%)
- 統一速達 (70%)
- 菲律賓 7-11 (51.56%)
- 台灣無印良品 (51%)
- 越南 Uni-Mart (51%)
- 博客來 (50.03%)
- 台灣樂天 (49%)

中國事業

- 上海 7-11 (100%)
- 上海酷聖石 (100%)
- 四川 Uni-Mart (100%)
- 山東 Uni-Mart (55%)
- 上海多拿滋 (50%)
- 上海星巴克 (30%)
- 統杰法寶(北京)超市 (88.94%)

物流事業

- 捷盟 (25%)
- 統昶 (60%)
- 大智通 (100%)

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 (81%)
- 金財通 (53.33%)

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%)

部門別營收

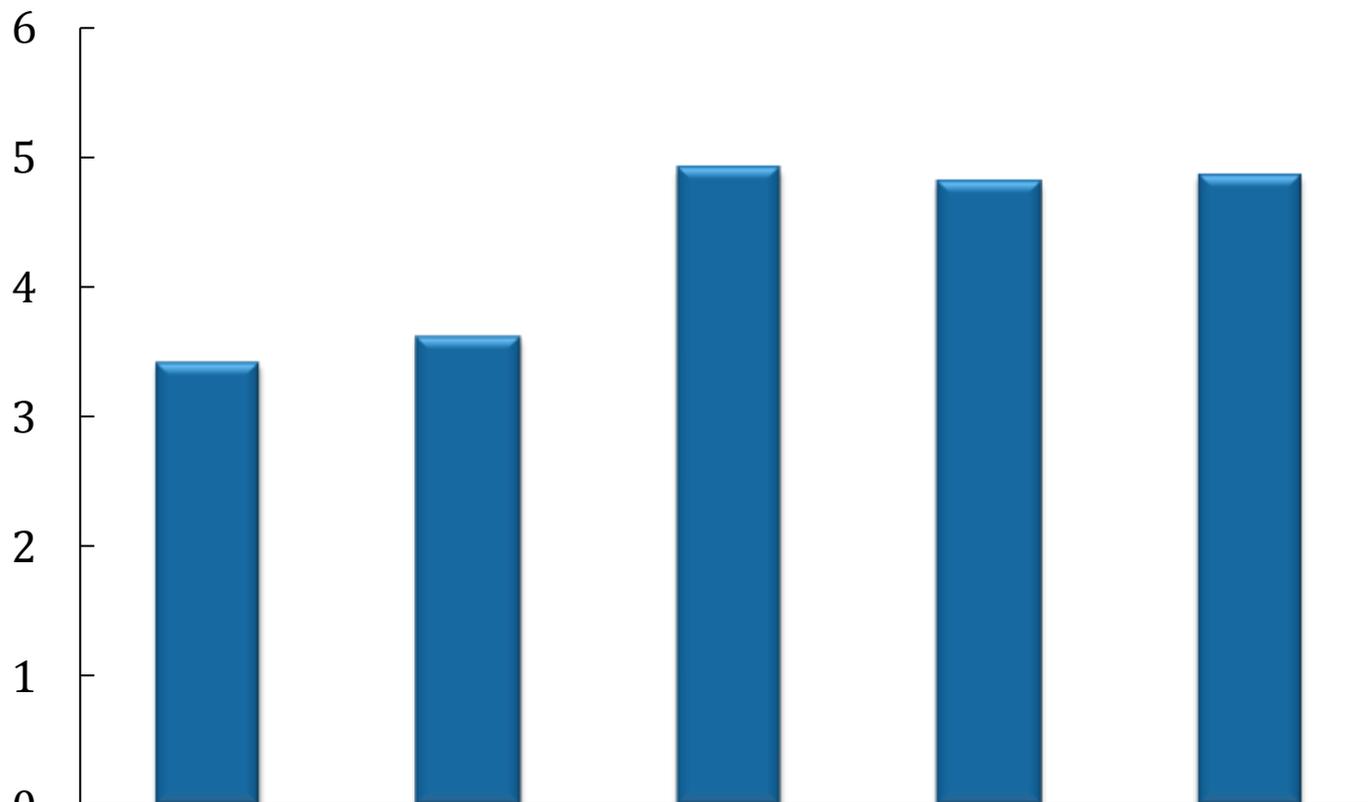
單位：新台幣百萬元

部門別	便利商店	流通事業群	物流事業群	其他營運部門	合計
營收	13'Q1: 30,210 12'Q1: 29,549	13'Q1: 13,148 12'Q1: 12,160	13'Q1: 549 12'Q1: 811	13'Q1: 4,468 12'Q1: 4,087	13'Q1: 48,374 12'Q1: 46,608

註：部門別營收為沖銷後金額。

股利政策

穩定的現金股利



	2008	2009	2010	2011	2012
Total Dividends	3.4	3.6	4.9	4.8	4.85
Cash Dividends	2.04	3.6	4.9	4.8	4.85

註：2012年現金股利配發為董事會通過之擬議數，尚未經股東常會通過。

2013年展望

2013年經營方針

聚焦、精準

7-11本業
壯大繁榮

強化自有
品牌經營

深耕國際
合作品牌

加速擴大
電子商務

有效經營
海外市場

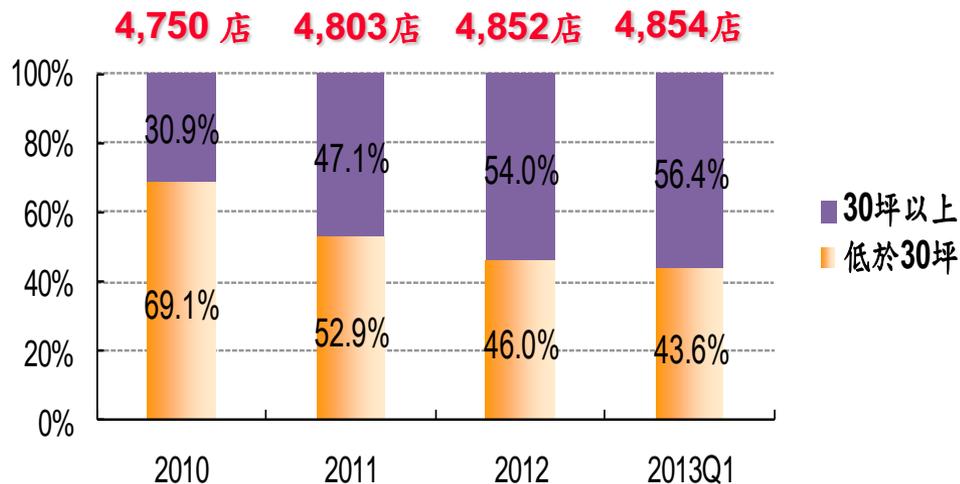
以結構性改變創造持續性成長

7-11本業壯大繁榮

1. 持續擴大店格 積極推動單店自主

■ 第一季大店格門市佔比 56.4%
未來將持續擴大店格

■ 培養具單店自主思維及行動
力之經營人才



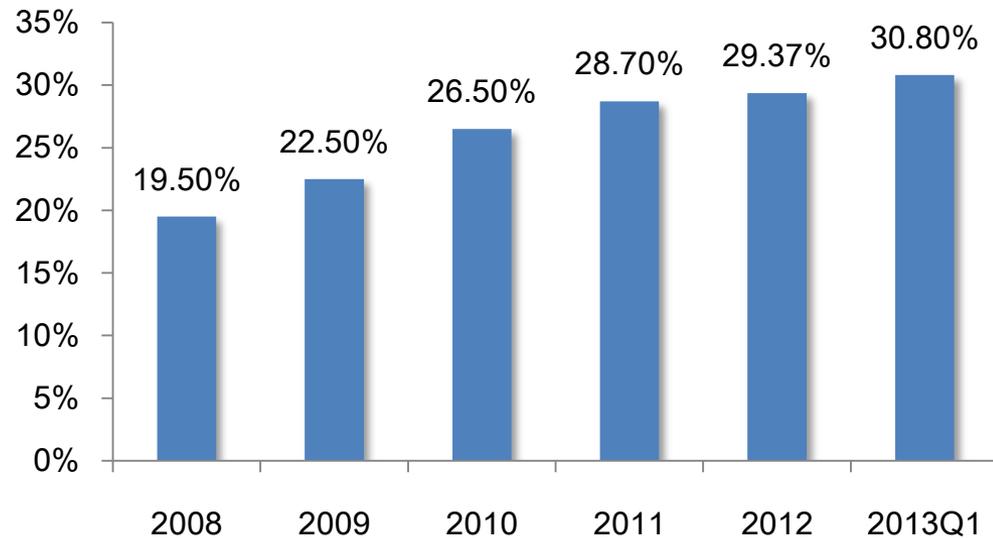
7-11本業壯大繁榮

2. 聚焦差異化商品

- 整體自有商品佔比為 30.8%
- 聚焦既有品項升級，建構消費者安心、便利之自助簡速餐廳
- 持續開發零基點商品



PL商品佔比



註：2011年及2012年佔比未排除健康捐的影響。

7-11本業壯大繁榮

3. 行銷活動再進化

- 以生活提案，帶動關連性購買
- 主題式全店行銷，豐富消費體驗



7-11本業壯大繁榮

4. 節能節流

- 在電力管理、照明設計、空調規畫、置冷設備改良等導入最新節能技術，並利用省電器、冰箱變頻器、共用散熱器等全面提升門市能源使用效率。
- 獲得內政部便利商店節能認證、台北市政府節能優良商店表揚及金省能獎工商產業乙組優勝。



強化自有品牌經營

獨特性、簡單化、標準化、高價值、規模化

台灣7-11自有商品
2012年創造
382億年營收



美妝自有品牌
2012年創造
110億年營收

 COSMED 康是美



餐飲自有品牌
2012年創造
13億年營收



深耕國際合作品牌 厚實基礎 擴大規模

餐飲事業

2012年共創造159億年營收



Royal Host

統一樂豪



和食

上都

流通事業

2012年共創造168億年營收



DUSK!N



宅急便 客樂得

註：阪急百貨營收包含台北及高雄店兩店。

加速擴大電子商務

虛實整合 擴大虛擬商機



- 強化7-11虛擬二樓定位。
- 品項精簡，聚焦7-11既有品與預購之延伸



- 維持最大網路書店優勢。
- 透過商品結構調整及網站優化，創造第二成長曲線。



- 擴大票務服務，提高顧客到店頻率。
- 優化infra，成為廠商倚賴之專業平台。

海外市場有效經營

產業集中 地區集中

大陸地區：

- 2013年第一季店數達697店，2013年店數將突破800店。
- 主要經營業態為便利商店、超市及簡易餐飲。



超市業：
 山東、北京
 以300~500平米店格為主要發展模式

簡易餐飲業
 上海星巴克、上海酷聖石
 聚焦核心商品，進駐次級商圈

便利商店業：
 上海7-11
 精耕差異化商品



pcsc 上海7-11

山東統一銀座

海外市場有效經營

產業集中 地區集中

菲律賓地區

- 2013年第一季店數達847店，加盟佔比為67%，2013年店數將挑戰1000店。
- 2013經營策略
 - (1) 強化鮮食經營
 - (2) 加速展店，擴大市場優勢





Q&A

