



pcsc



統一超商

2912TT

2013年第三季營運績效報告

2013年第三季損益分析

單位：新台幣百萬元

	<u>2013Q3</u>		<u>2012Q3</u>		YOY	<u>2013Q1~Q3</u>		<u>2012Q1~Q3</u>		YOY
	Amount	%	Amount	%		Amount	%	Amount	%	
Operating revenue	52,373	100.0%	50,670	100.0%	3.4%	150,295	100.0%	144,182	100.0%	4.2%
Operating cost	(35,443)	-67.7%	(34,284)	-67.7%	3.4%	(102,860)	-68.4%	(96,935)	-67.2%	6.1%
Gross profit	16,930	32.3%	16,386	32.3%	3.3%	47,435	31.6%	47,246	32.8%	0.4%
Operating expenses	(14,119)	-27.0%	(14,326)	-28.3%	-1.4%	(39,581)	-26.3%	(40,820)	-28.3%	-3.0%
Operating income	2,811	5.4%	2,060	4.1%	36.5%	7,855	5.2%	6,426	4.5%	22.2%
Net income belong to :										
Owner	\$2,242	4.3%	\$1,925	3.8%	16.5%	\$6,567	4.4%	\$5,434	3.8%	20.9%
Non-controlling interests	317	0.6%	244	0.5%	29.9%	862	0.6%	616	0.4%	39.9%
Total	2,559	4.9%	2,168	4.3%	18.0%	7,428	4.9%	6,050	4.2%	22.8%
EPS after tax (Unit:\$NT)	2.16		1.85			6.32		5.23		

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%)
- 博客來 (50.03%)

物流事業

- 捷盟 (25%)
- 統昶 (60%)
- 大智通 (100%)

其他

大陸事業

- 上海 7-11 (100%)
- 上海酷聖石 (100%)
- 統杰法寶(北京)超市(89.10%)
- 山東Uni-Mart(55%)
- 上海星巴克(30%)

餐飲事業

- 21 世紀 (100%)
- 酷聖石 (100%)
- 午茶風光(51%)
- 多拿滋(50%)
- 統一星巴克 (30%)

支援事業

- 東京行銷(100%)
- 統一武藏野 (90%)
- 統一資訊 (86%)

部門別營收

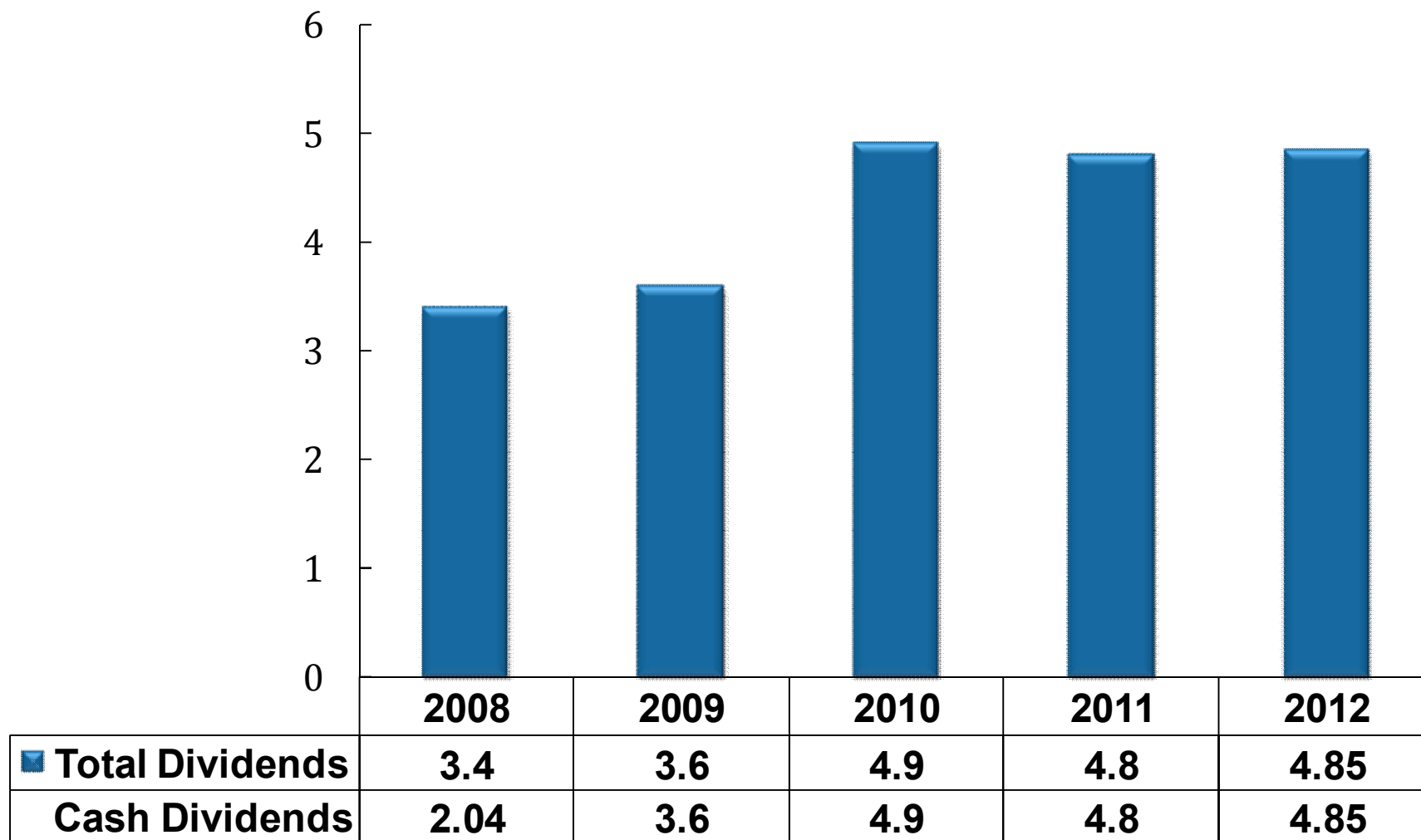
單位：新台幣百萬元

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	2013前三季 95,063	2013前三季 40,347	2013前三季 1,752	2013前三季 13,134	2013前三季 150,295
	2012前三季 93,579	2012前三季 36,585	2012前三季 2,286	2012前三季 11,730	2012前三季 144,182

註：部門別營收為沖銷後金額。

股利政策

穩定的現金股利



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

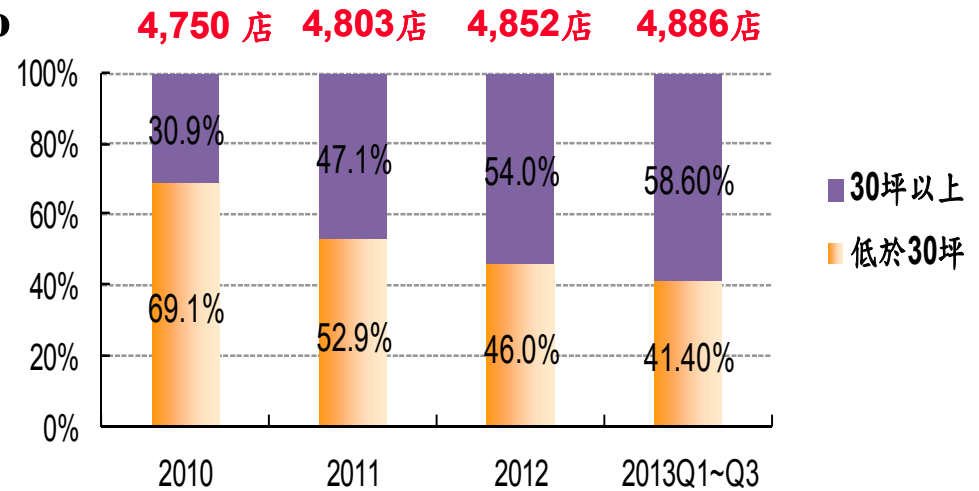
有效經營
海外市場

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

- 前三季大店格門市佔比 58.6%
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



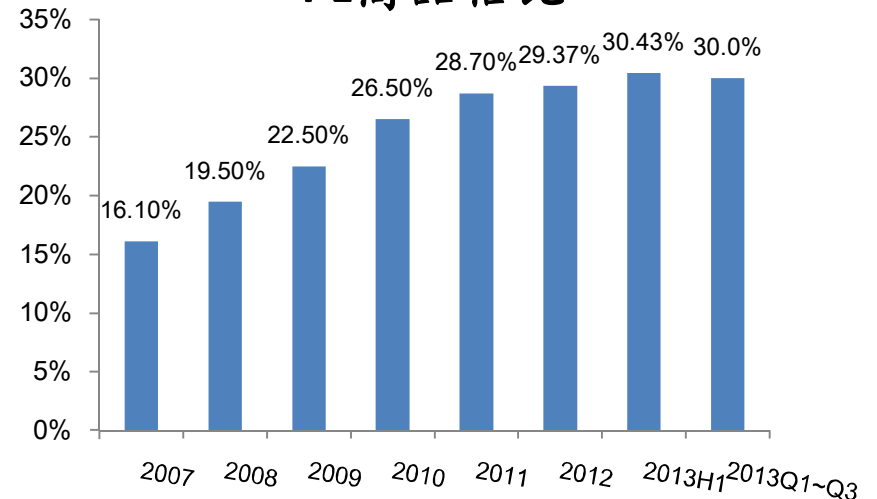
7-11本業壯大繁榮

2. 聚焦差異化商品

- 前三季整體自有商品佔比為 30%
- 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



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



流通事業

2012年共創造168億年營收



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。



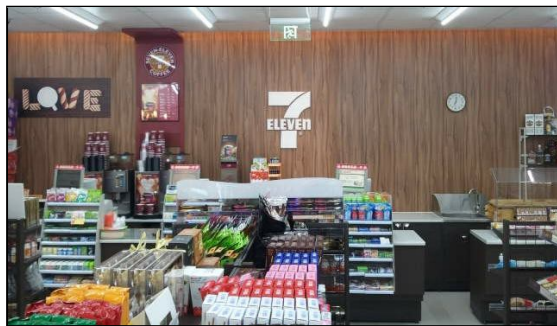
- 擴大票務服務，提高顧客到店頻率。
- 優化infra，成為廠商倚賴之專業平台。

海外市場有效經營

產業集中 地區集中

大陸地區：

- 2013年前三季店數達756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。



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年前三季店數達937店，加盟佔比為69%，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



pcsc