

統一超商

2912 TT

2023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	2018	2019	2020	2021	2022	YOY
Revenue (Company Only)	154.1	158.0	168.1	168.0	182.9	8.8%
Revenue (Consolidated)	244.9	256.1	258.5	262.7	290.4	10.5%
Profit attributable to owners of the parent	10.2	10.5	10.2	8.9	9.3	4.7%
EPS (NT\$)	9.82	10.14	9.85	8.52	8.93	4.8%

- 2022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，再加上轉投資事業穩健復甦，包含菲律賓7-11、統一生活(康是美)、悠旅(星巴克)等貢獻獲利。

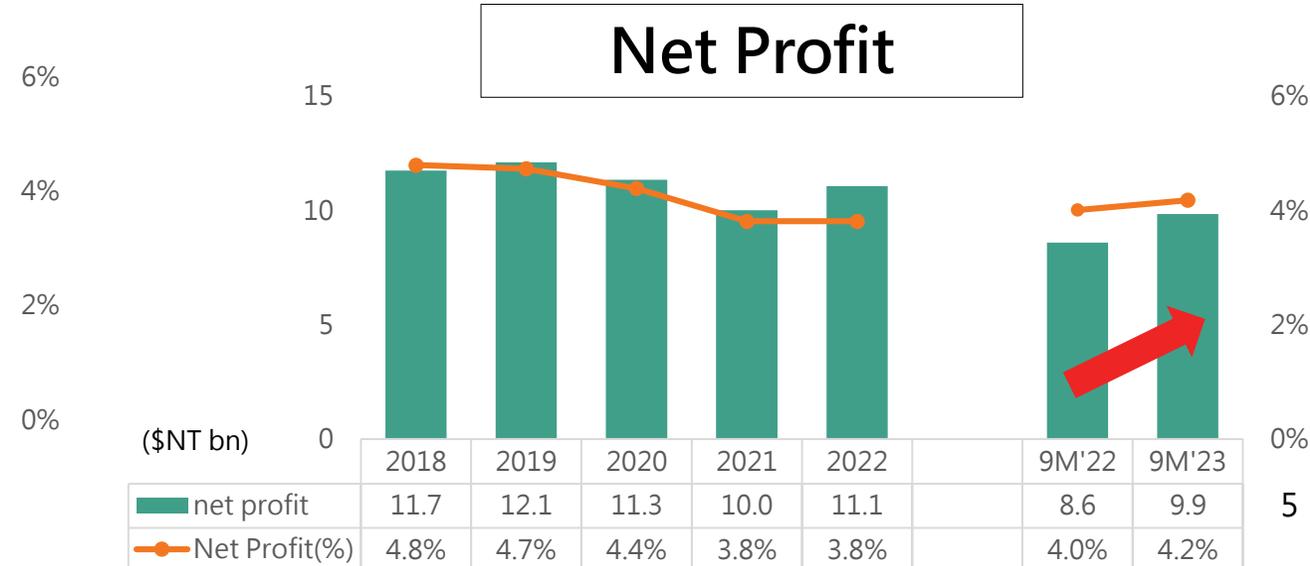
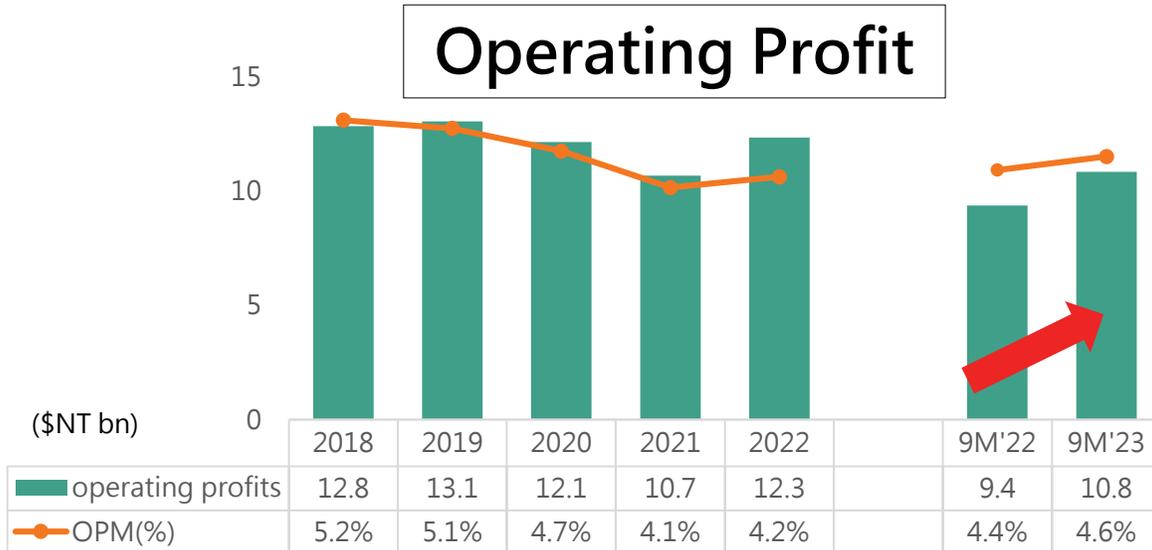
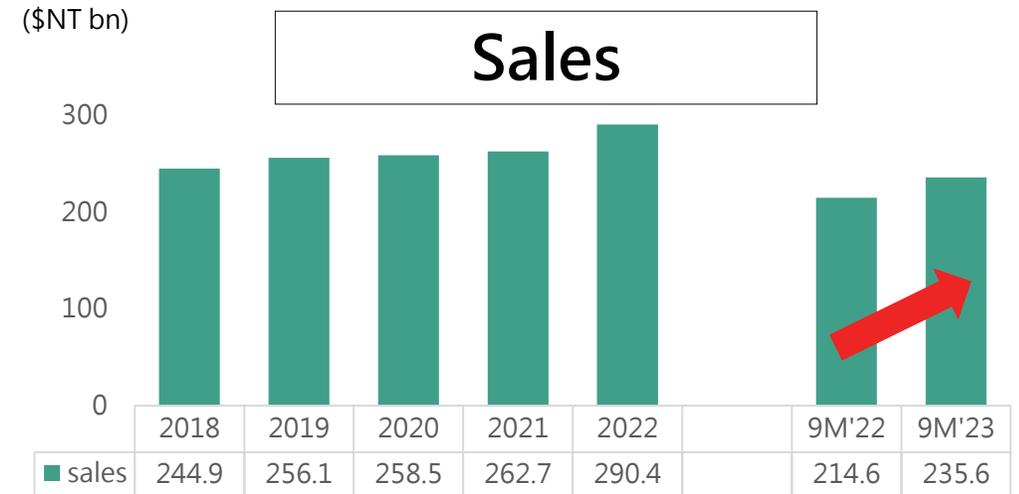
2023年前3季財務摘要

Unit: NTD billion	3Q23	3Q22	YoY	YTD 9M' 23	YTD 9M' 22	YoY
Revenue (Company Only)	52.0	48.4	7.6%	147.9	136.0	8.8%
Revenue (Consolidated)	82.5	75.8	8.8%	235.6	214.6	9.8%
Net Profit (Consolidated)	3.5	3.1	11.3%	9.9	8.6	14.5%
Net Profit attributable to the parent company	3.0	2.7	12.8%	8.4	7.3	15.0%
EPS (NT\$)	2.92	2.59	+0.33	8.09	7.03	+1.06

- 9M' 23營收及獲利持續提升，主要營收貢獻來自於台灣7-11、菲律賓7-11、星巴克、上海7-11、康是美等，持續展店且單店業績提升；而主要獲利成長來自於台灣7-11、菲律賓7-11及海外控股利息收入增加。

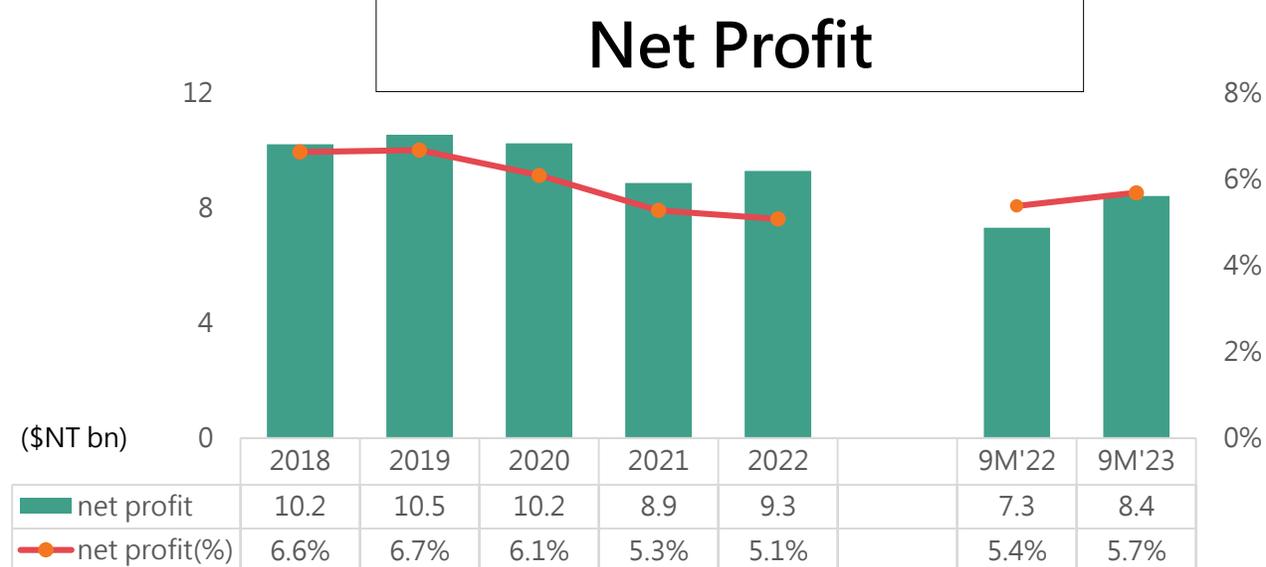
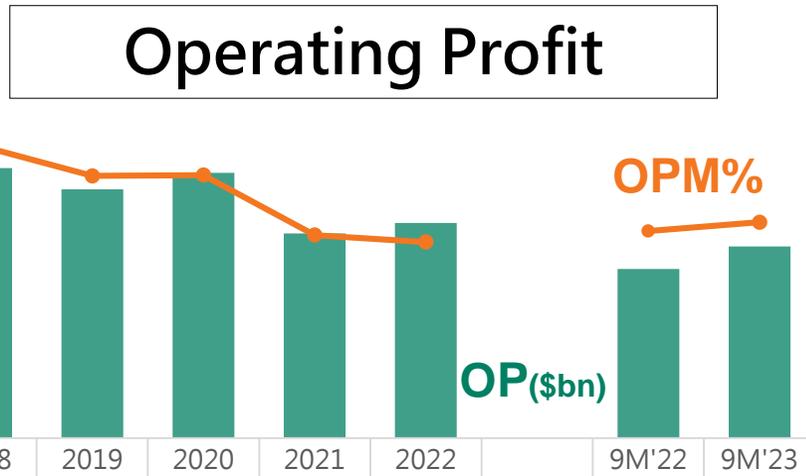
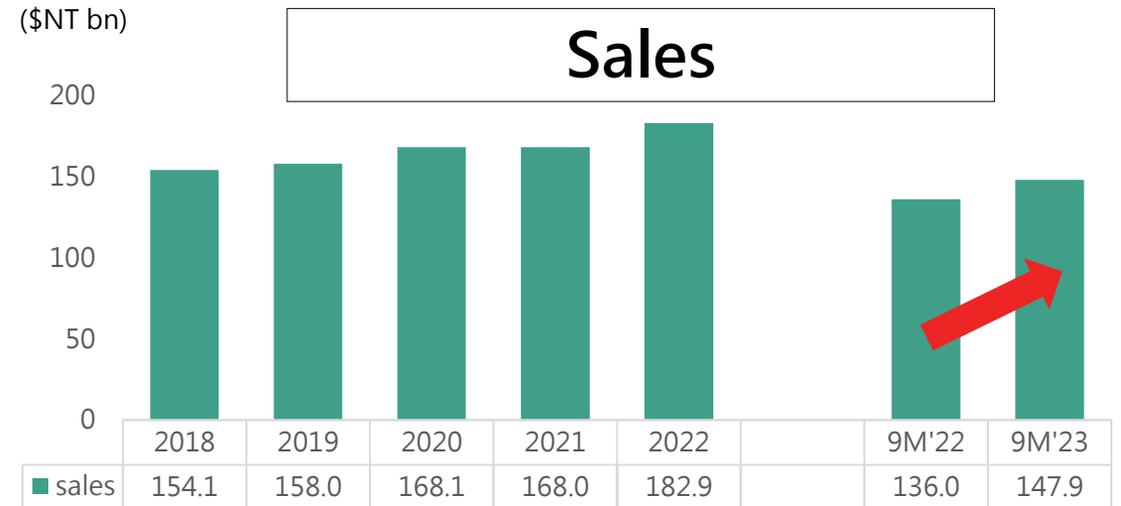
營運及獲利表現(合併)

- 今年前3季營收成長9.8%，主要貢獻來自於台灣7-11、菲律賓7-11、星巴克、上海7-11、康是美等，透過展店且單店業績持續提升。
- 產品組合優化帶動毛利率提升，而獲利成長14.5%，主要貢獻來自台灣7-11、菲律賓7-11及海外控股利息收入。



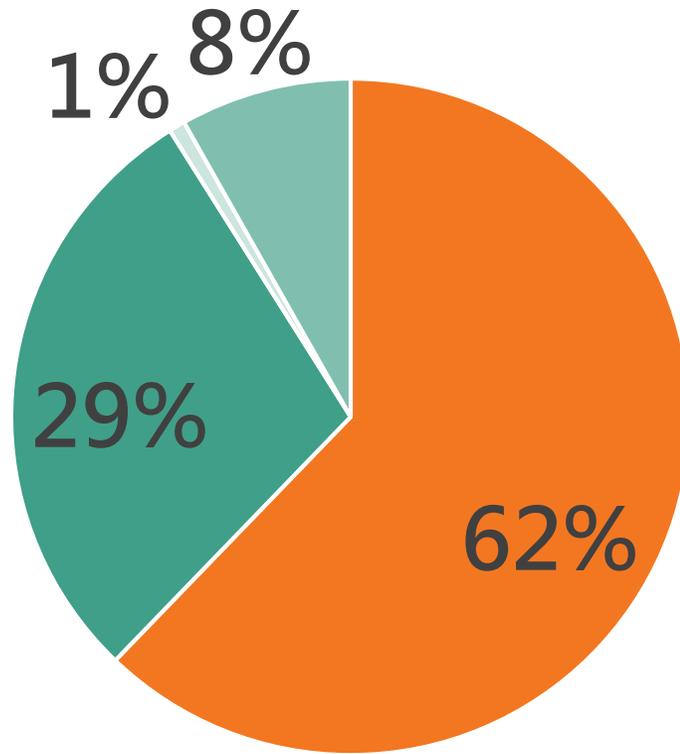
營運及獲利表現(個體)

- 台灣7-11透過鮮食、咖啡、飲料等帶動，使PSD-Sales提升並超越疫情前水位，再加上持續展店，帶動營收成長。
- 台灣7-11的毛利率及營業利益率持續成長，再加上轉投資事業營運表現佳，帶動整體獲利提升。

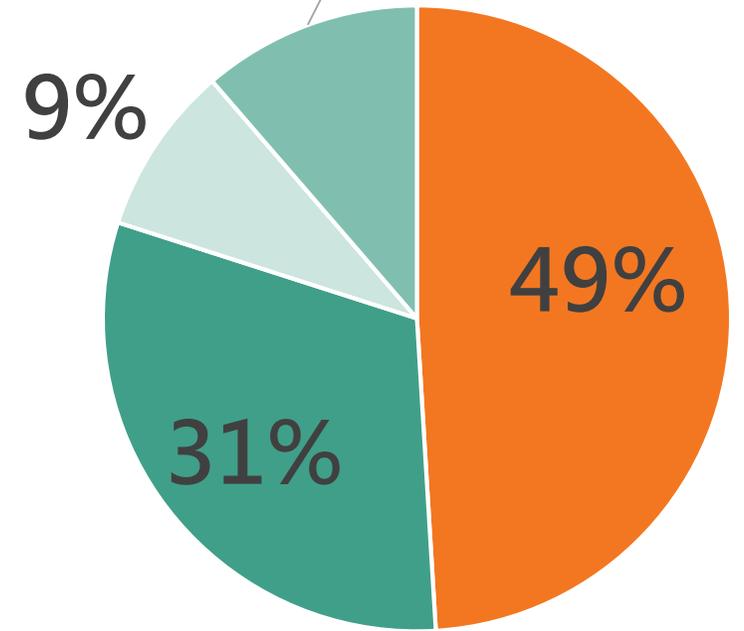


部門別資訊

sales



pre-tax profits 11%



■ Taiwan 7-11 ■ Retail ■ Logistics ■ Others, Adjustment and elimination

■ Taiwan 7-11 ■ Retail ■ Logistics ■ Others, Adjustment and elimination

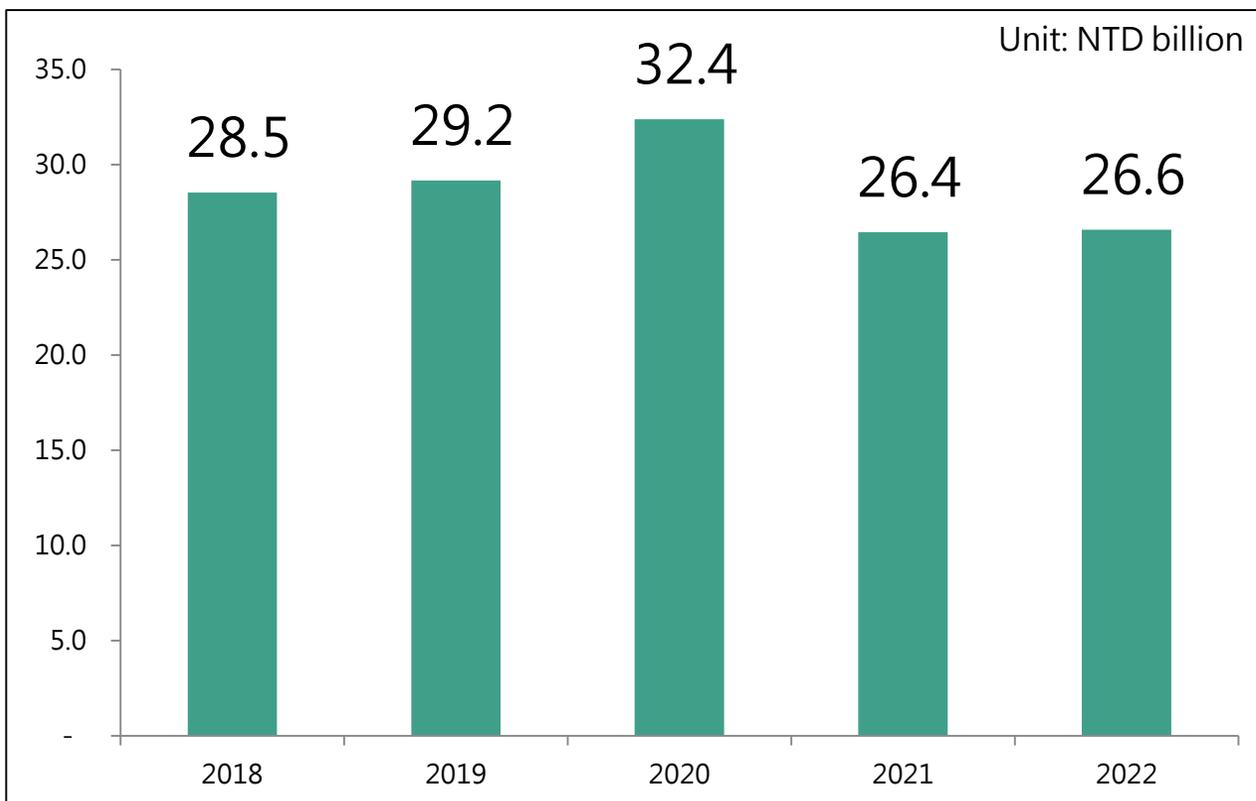
Retail: 菲律賓7-11, 康是美(統一生活), 宅急便(統一速達), 博客來及統一精工等

Logistics: 捷盟行銷, 統昶行銷及大智通文化行銷等

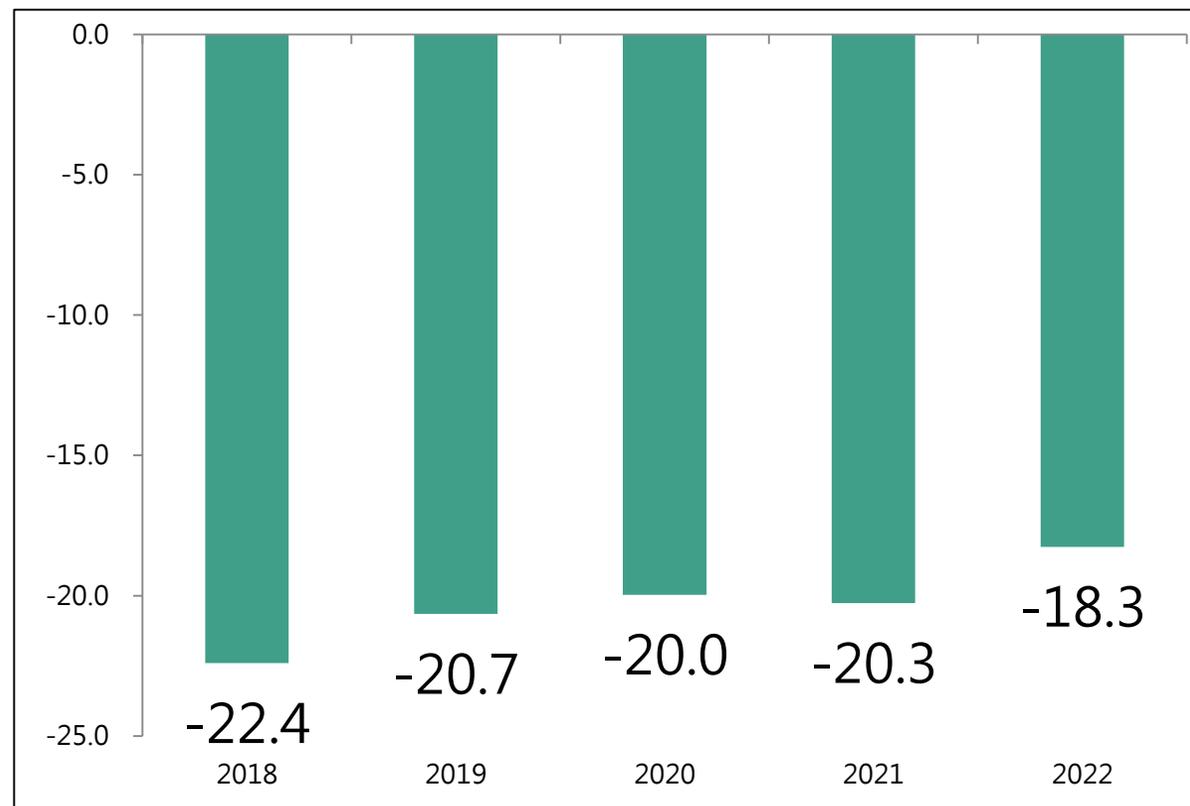
Others: 中國事業群, 餐飲事業群(如星巴克)及支援事業群

疫情期間維持穩健的現金流量

Net Cash (Consolidated)

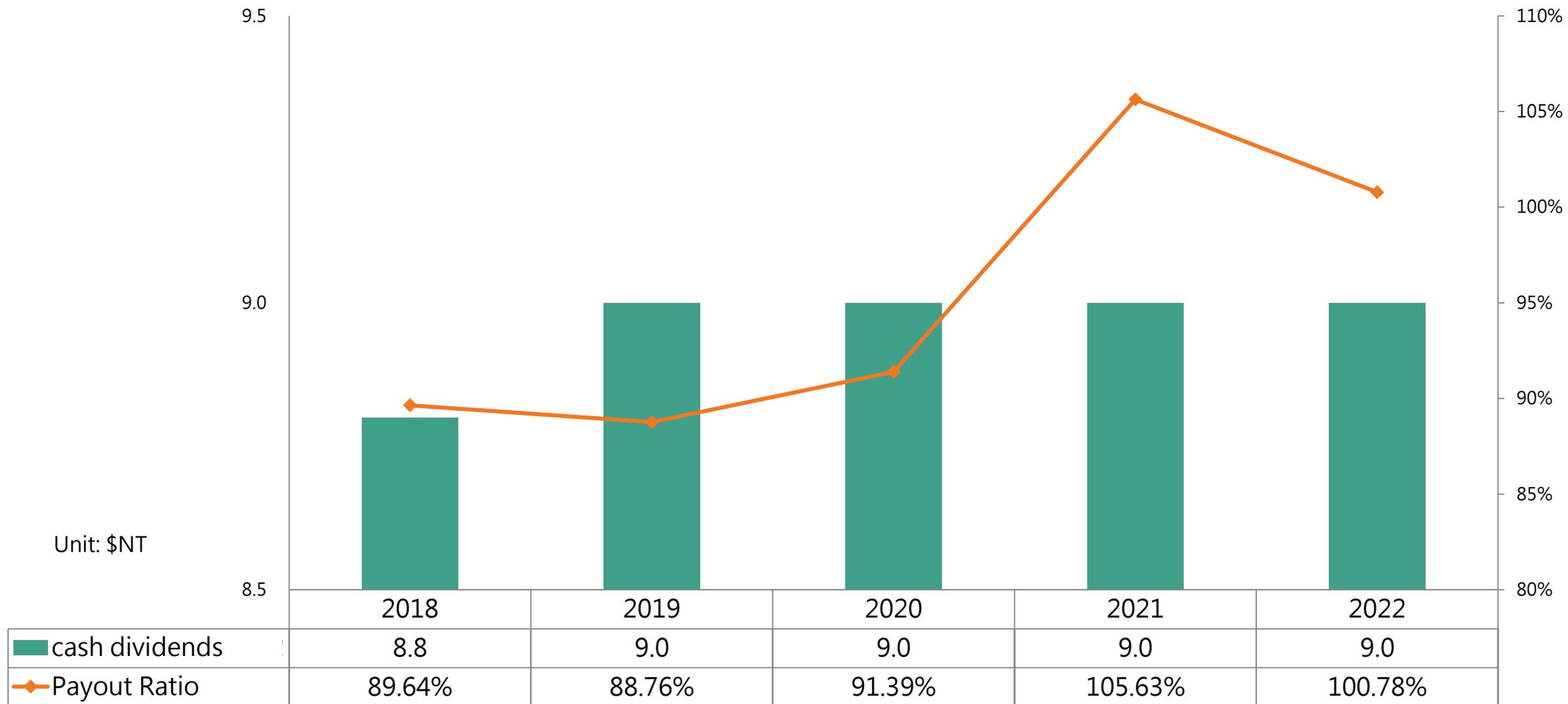


Cash Conversion Day (Consolidated)



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：2022年現金股利配發金額，已通過股東會決議

未來展望

創新精業整合 聚焦經營永續發展

超越顧客期待的生活服務平台

Basic + Integration

- 門店店質整頓
 - 單店表現 ↑
- 集團物流整合
 - 配送效率 ↑



成長動能

線下

- 持續展店、多元複合店
 - 大店格、複合元素
 - CVS+藥妝店聯合展店
- 商品組合及服務優化
 - 鮮食、咖啡、E-Service
 - 趨勢類別(全球採購、寵物等)



星級饗宴
★ STAR RATED CUISINE ★



賣貨便



線上

- 數位化推廣
 - 客製化行銷推播、數據行銷服務
 - 點數擴大運用(海外合作)

永續經營

- 支持經營夥伴，共創雙贏
- 智能科技運用，超前部屬
- ESG行動，持續轉型

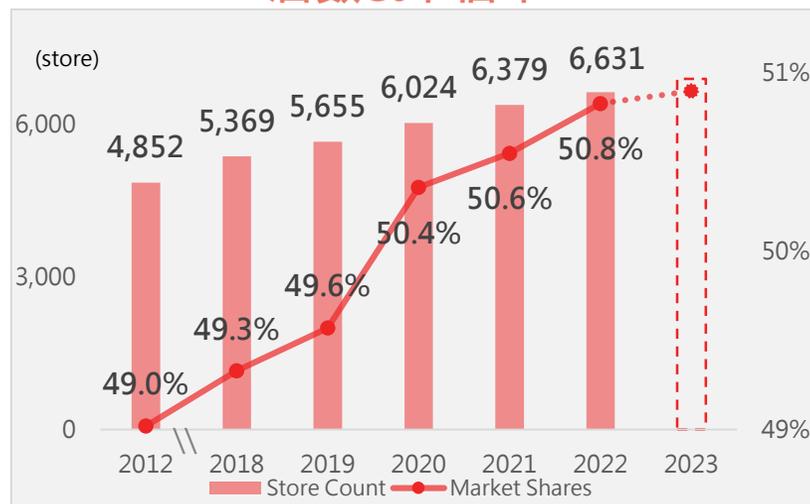


強化商圈布局 提升加盟經營效益

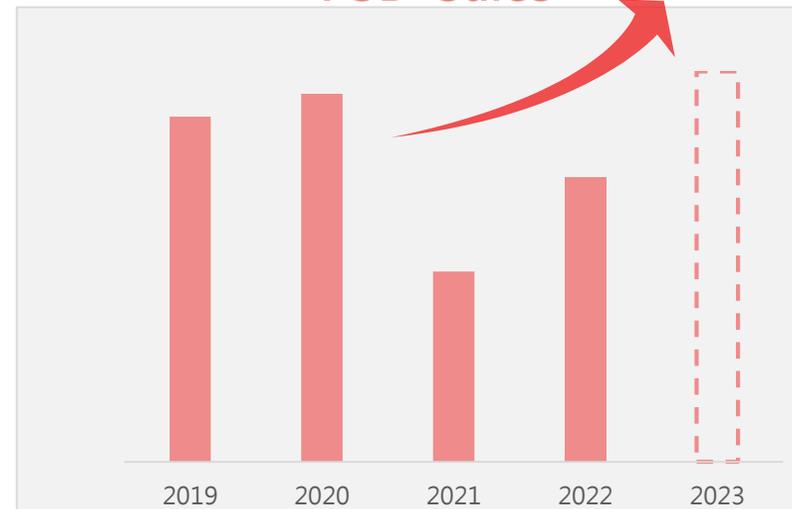
聯合展店
鞏固領導地位

擺脫疫情
超越疫前水位

台灣7-ELEVEN 店數&市佔率



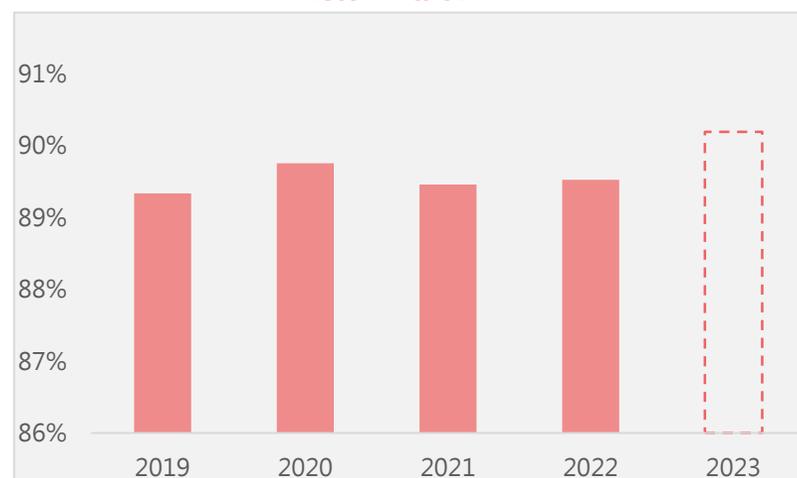
台灣7-ELEVEN PSD-Sales



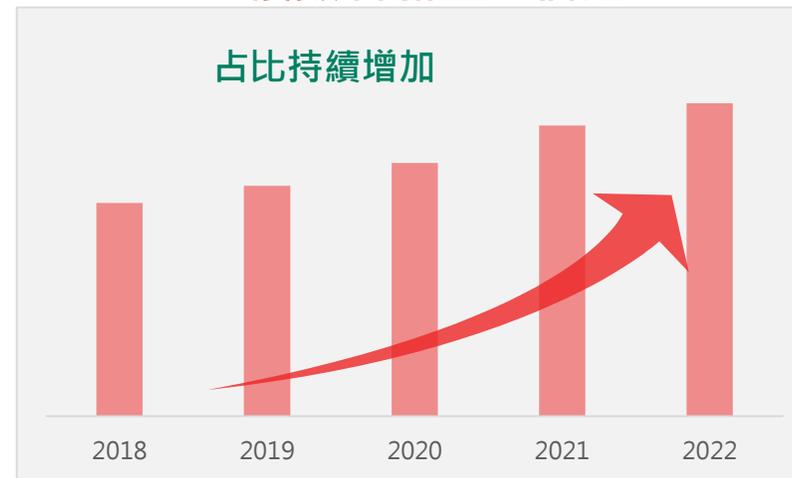
加盟體制
支持經營夥伴

複數店經營
強化加盟穩定度

台灣7-ELEVEN 加盟佔比



台灣7-ELEVEN 複數店加盟主佔比



建構多元店型 滿足各式場景需求

7-ELEVEN X Food Service

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



7-ELEVEN X 各式複合元素

K.Seren(美妝)、付費商務包廂、OPEN!MART(生鮮蔬果)、博客來(書籍)等



7-ELEVEN X 科技店

運用數位科技，串接自助及延伸店外服務，打造智能生活體驗
(第六間無人店) (智FUN機)



7-ELEVEN X 康是美

以「零售+體驗」為核心定位，提供消費者全新購物體驗



佈建物流藍圖 提升產能配送效率

專業分工、聚焦經營

配送效率 UP ↑



大智通



捷盟



統昶



宅急便

速達

.....

北中南擴增DC

Capacity UP ↑

- 基隆、桃園航空城園區、台中港園區、新市物流園區
- 近5年內陸續啟用

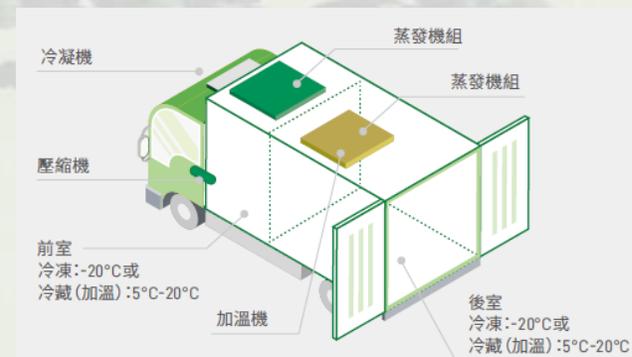
自動化設備

科技運用 UP ↑



綠色物流

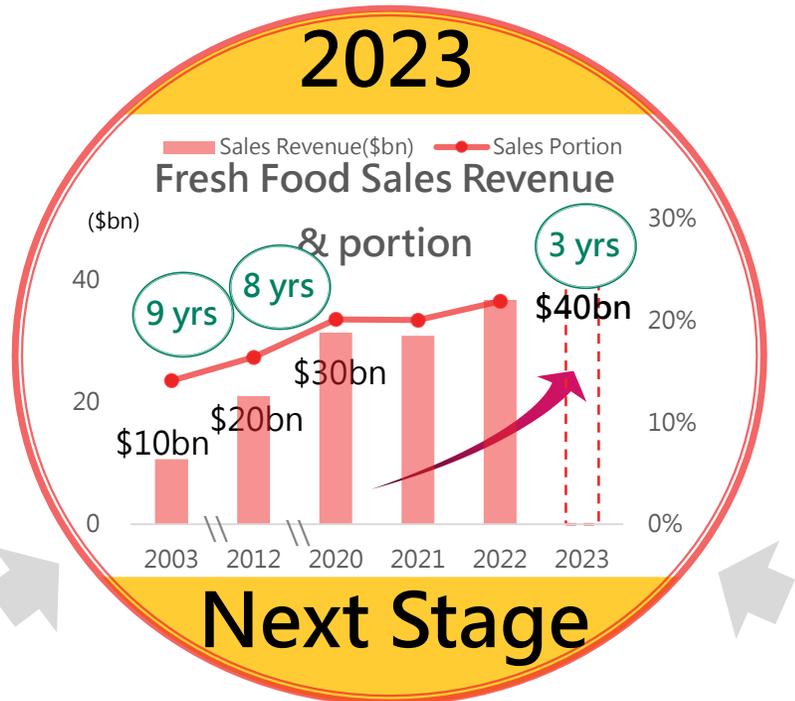
永續經營 UP ↑



抓住顧客喜好 建構生活美食平台

掌握新趨勢

- 健康、健身飲食趨勢
 - Simple fit
 - 生鮮&水果
- 配菜湯品
 - 餐前餐後加菜商機



體質再強化

- 供應鏈產能、物流配送UP ↑
 - 自動化、AI支援
 - 煮飯設備、炒飯技術提升
 - 新鮮、快速、美味
- 食安第一、更健康天然
 - 品質實驗室把關



鮮食類別品牌塑造

- 星級饗宴：擴大聯名合作、美味升級!
- 異國料理：Ohlala(義大利麵品牌)、熱壓吐司等，掌握年輕新需求
- 天素地蔬：差異化&蔬素食專用產線

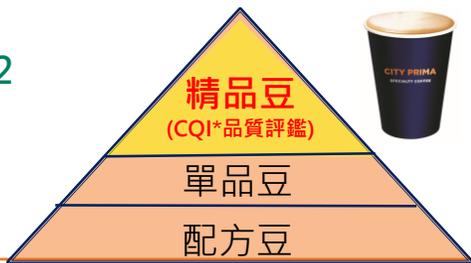


掌握品味趨勢 打造CITY CAFE心佔率

品牌價值塑造

- 咖啡豆、咖啡機持續升級
- 建構第二成長曲線CITY PRIMA
- 咖啡達人推廣品牌價值

2020 vs 2022
Sales 3.8x



創新結構拓展

- 新風味：吸引年輕客群
- 製冰機：提升利潤&落實減塑
- 單萃機：開拓茶飲市場



多元渠道推進

- 數位平台：行動隨時取/訂閱制
- 咖啡智FUN機：穩健商圈布點
- 外送平台：擴大銷售範圍



隨時送



*CQI: Coffee Quality Institution

註：CITY PRIMA影片：https://www.7-11.com.tw/company/ir_en/cityprima.html

導入CITY CAFE

2004

營業額
5億

2007

營業額
100億 ↑

2015

營業額
130億 ↑

2018

營業額
140億 ↑

2019

行動隨時取
上線

2020

營業額
150億 ↑

2022

持續成長
創新高

2023



擴增創新服務 成為電商顧客橋梁

電商包裹平台

- 自營平台
 - 寄取件數排名No.2
 - 件數成長率>50% (賣貨便)
 - 建置整合平台
- 冷鏈店取(B2C、C2C)
 - 培植第二成長曲線
- 物流整合
 - 提升配送效率



賣貨便

最便利的社群開店平台
整合金物流服務
一站解決社群賣家需求

上萬賣家好評使用
個人、小商家、團購皆適用
輕鬆開啟您的網路事業

各類服務拓展

- 提供國際服務
 - 移工結匯平台(代收業務)
- 服務擴增
 - 繳費擴增(管理費、長照費等)
 - 數位代收服務
 - ibon超過1,600項服務功能，未來導入照相技術，拓展服務



(ibon功能)



(數位代收-APP繳費服務)

整體佣金營收占比(%)



EC到店取貨佣金收入



註：2018年蝦皮逐步取消免運

結合智能科技 創造數位購物環境



Year	2018	2022
 會員數(人)	320萬	1,500萬以上
 非現金支付%	20%	30~35%
 非現金支付工具	電子票證(含icash卡)、掃碼付、部分信用卡等	電子票證(含icash卡)、掃碼付、信用卡、OPEN Wallet、icash pay、境外支付(支付宝、微信)等
 OP點數運用/累兌點規模	單一7-11通路 / 5~5.5億點	集團內外共超過30個通路，可轉贈、折抵代收等 / 25~30億點
 OPEN POINT APP功能	基本功能	行動隨時取(咖啡等預售)、i預購(EC界中的CVS)、i划算(團購)、i地圖等
 智FUN機/咖啡智FUN機	智FUN機測試階段	智FUN機1500台以上 咖啡智FUN機100台以上
 無人店店數	1	6
 科技運用	自助結帳、iBon語音、電子標籤、感應式冰箱門等	X POS(可轉換自助結帳)、iscan X ipay(手機掃碼支付)、ARxVR元宇宙消費體驗、RFID智能標籤等

創造點數價值 打造OP會員生態圈

會員人數
>15.6 佰萬人
佔總人口66%

活躍會員佔比
40-45%
人數成長15%

會員消費金額佔比
50-55%
金額成長20%

OPENPOINT

OPEN POINT 會員生態圈

多元模式拓展生態圈

提升點數流動性

個人化精準行銷



- ✈️ 跨境累點
- 💰 點數折抵
- 🛒 拓展通路



NEXT
數據應用
↑
2022
貼標管理
↑
2021
彙整購買行為

數據運用

菲律賓7-ELEVEN 集團重要成長動能

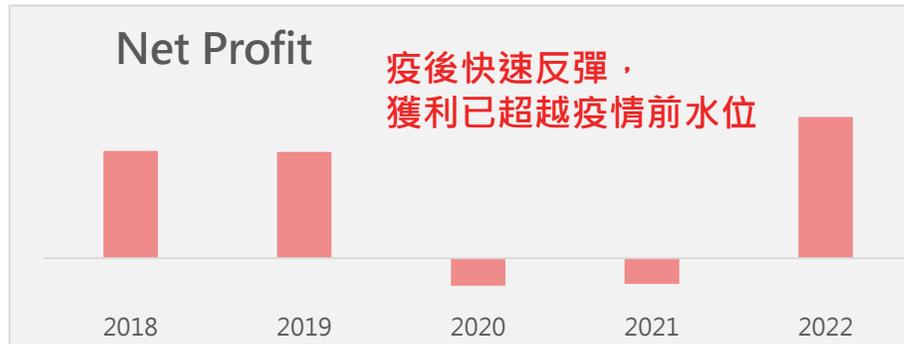
體質穩固 加速展店

- 2022年店數3,393店，CVS市占率穩居第一。
- 2023年將恢復往年展店速度，滿足後疫情時代不同商圈的消費需求。



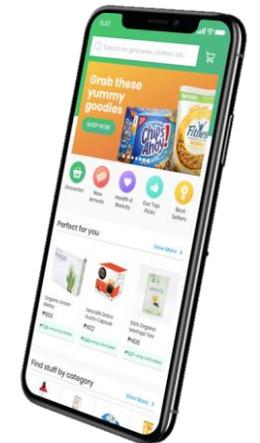
差異類別 強化經營

- 強化鮮食(炸雞、包子等)、CITY CAFÉ(拓展全門市)、grocery經營。
- Recycle-ATM持續導入。
- 2022年逐步擺脫疫情干擾，Q3開始，PSD-Sales已超越疫情前水位。



數位趨勢 積極發展

- CLIQQ APP使用率提升、CLIQQ Grocery (EC平台)優化，顧客忠誠度↑。
- E-Wallet使用者持續增加。
- OPEN POINT點數交換



註：2020/3開始三級防疫警戒

重視氣候變遷 朝向淨零碳排努力

CSR

ESG

2022~

2017~2021

~2017

- 1989年開始發起門市零錢捐
- 成立CSR委員會
- 編制CSR報告書
- 參加台灣公司治理評鑑(TOP 5%)
- 成立品質檢驗實驗室確保食安

- 將委員會層級提升至董事會轄下、納入獨董機制、更名為永續發展委員會
- 參加Dow Jones Sustainability Index評鑑，連續4年入選世界指數、排名食品零售產業世界TOP3
- 成立4大小組，包含：減碳、減塑、惜食、永續採購

- 參與Carbon Disclosure Project評鑑(A-等級)
- 著手規劃淨零碳排
- 將ESG概念推廣至供應商及集團子公司



The End