

President Chain Store

統一超商

公司簡介

- 1980年於台灣開立第一家7-11便利商店；1997年於台灣證交所上市。
- 台灣最大的便利商店業者
 - 7-11總店數為4750店，市佔率為50%
 - 加盟店佔比為88%
- 市值約為44億美金*，外資持股比率為43.79%
- 中國零售事業發展：
 - 於2000年透過上海星巴克的經營進入中國零售業
 - 2008年5月取得上海7-11的授權；截至2010年底店數為54店
- 聚焦亞洲零售事業之經營

* 市值係以2010年12月31日收盤價\$NT134.5計算；外資持股比率則為2010年12月31日資料

* US\$1=NT\$31.4960

事業版圖

便利商店業

1. 台灣7-11 (100%)
2. 上海7-11 (100%)
3. 菲律賓7-11 (56.59%)

藥妝事業

1. 統一生活(台灣康是美) (100%)
2. 深圳康是美 (65%)

零售百貨相關事業

1. 台灣無印良品(41%)
2. 統一百華(阪急百貨) (70%)

超市 / 量販店

1. 山東統一銀座 (55%)
2. 四川量販超市 (100%)
3. 越南超市 (51%)

餐飲事業

1. 台灣星巴克 (30%)
2. 上海星巴克 (30%)
3. 台灣多拿滋 (50%)
4. 上海多拿滋 (50%)
5. 台灣酷聖石 (100%)
6. 中國酷聖石 (100%)
7. 台灣午茶 (51%)
8. 上海午茶 (51%)
9. 台灣上都 (81%)
10. 上海上都 (81%)
11. 上海樂豪 (51%)

電子商務

1. 博客來 (50.03%)
2. 台灣樂天 (49%)

物流支援

1. 捷盟 (25%)
2. 統昶 (60%)
3. 大智通 (100%)
4. 統一速達(宅急便)(70%)

集團願景

建構卓越、全方位的零售流通集團

成功且創新的經營發展策略

台灣7-11

虛實整合新平台
開創服務新領域

中國事業

移轉、複製、在地化
引領消費新體驗

7-ELEVEN強大的網絡平台與集團資源

2010年前3季營運績效報告

2010年前3季損益分析

Unit:\$NT'million	<u>2009年度</u>	<u>%</u>	<u>成長率</u>	<u>2010前3季</u>	<u>%</u>	<u>成長率</u>
營業收入	101,757	100.0%	-0.4%	85,487	100.0%	12.7%
營業毛利	32,966	32.4%	0.7%	26,738	31.3%	8.9%
營業費用	28,072	27.6%	-0.2%	22,608	26.4%	7.7%
營業利益	4,894	4.8%	6.2%	4,130	4.8%	16.2%
稅後淨利	\$4,059	4.00%	15.3%	\$4,926	5.76%	44.7%
	稅前	稅後		稅前	稅後	
每股盈餘	4.47	3.90		5.4	4.74	

稅後淨利較去年同期成長**44.7%**，主要原因為：

1.外在因素:消費環境的復甦

2.內在因素:

(1)在店質調整、提升自有商品佔比、全店行銷活動、虛擬商機持續發展的帶動下，台灣7-11營收及本業獲利表現優異

(2)轉投資事業獲利貢獻增加

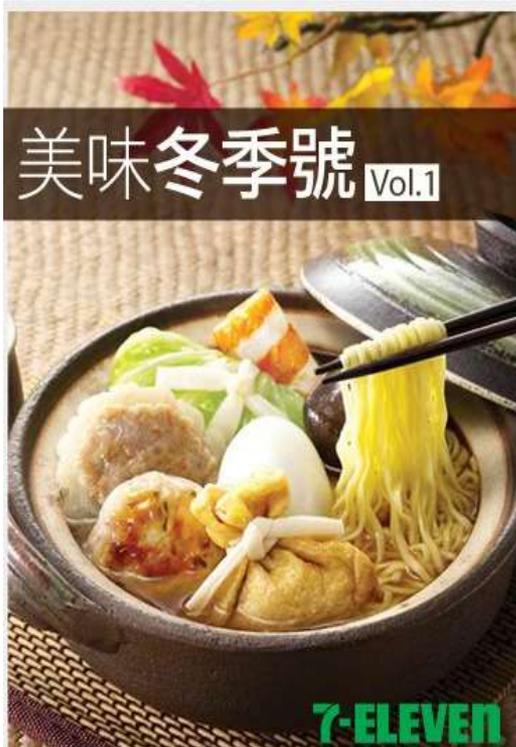
新型態門市的開展與商圈整合

- 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
- Food Store概念店的持續推展



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



多樣化行銷活動，增加消費附加價值

- 藉由整合型行銷活動，提供差異化的消費體驗
- 集團關係企業與異業通路的結合，擴大消費附加價值



OPEN! 寶光公仔

集滿10張即可任選下列商品優惠

集滿10張，可選以下企業門市兌換商品優惠

集滿10張，可選以下企業門市兌換商品優惠



COSMED
康是美



聖娜多堡



Afternoon Tea

台灣轉投資事業營運績效

2010 Q3
Unit: \$NT'm

百貨零售事業

Cosmed Taiwan



(100%) **Stores: 326**
099M NI: 102
109M NI: 208

MUJI Taiwan



(41%) **Stores: 17**
09Q3 NI: 68
10Q3 NI: 106

Hankyu Dept. Taiwan



(70%) **Stores: 1**
099M NI: -186
109M NI: -182

Restaurant

Starbucks Taiwan



(30%) **Stores: 227**
099M NI: 57
109M NI: 251

Afternoon Tea



(51%) **Stores: 11**
099M NI: -25
109M NI: -17

Mister Donut



(50%) **Stores: 41**
099M NI: -61
109M NI: -3

Cold Stone



(100%) **Stores: 23**
099M NI: -4
109M NI: 26

E-Commerce

Books.com



(50.03%)
099M NI: 96
109M NI: 154

中國轉投資事業營運績效

2010 Q3
Unit: \$NT'm

Convenience Store

Shanghai 7-11



(100%) Stores: 44
099M NI: -59
109M NI: -102

Drugstore

Shenzhen Cosmed



(65%) Stores: 6
099M NI: -67
109M NI: -19

Restaurant

Starbucks



(30%) Stores: 188
099M NI: 176
109M NI: 269

Afternoon Tea



(51%) Stores: 4
099M NI: -54
109M NI: -30

Mister Donut



(50%) Stores: 10
099M NI: -36
109M NI: -40

Cold Stone



(100%) Stores: 43
099M NI: -81
109M NI: -31

Supermarket & Hypermarket

Sichuan Uni-mart Hypermarket



(100%) Stores: 4
099M NI: -33
109M NI: -16

Shandong Uni-mart Supermarket



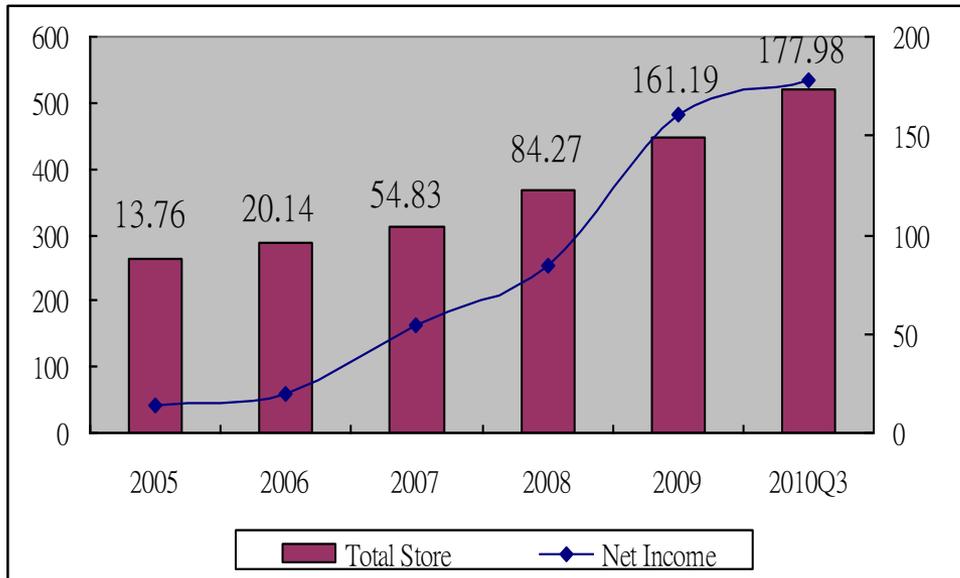
(55%) Stores: 138
099M NI: 115
109M NI: 144

海外成功經驗：菲律賓7-11



- 截至2009年底菲律賓共有約1000家CVS，7-11市佔率為43%，居於領先地位
- 統一超商於2000年投資PSC，目前持股比率為56.59%
- 菲律賓經濟狀況持續穩定發展下，2013年將達1000店

Unit: million PESO



	Store No.	Market Share
7-Eleven	447	43.48%
Mercury Self-serve	287	27.92%
Ministop	281	27.33%
San Miguel Food Shop	13	1.26%
Total	1028	100.00%

2011年營運展望

結合集團資源，創造獲利最大化

台灣7-11： 建構虛實整合的服務平台

- 提升店質，進行商圈整合與新型態門市的開展
- 調整商品組合，豐富產品結構
- 多樣化行銷活動，增加消費附加價值



中國轉投資事業： 成為區域性領導品牌

- 上海7-ELEVEN：成為新型態生活體驗店
- 餐飲事業：深耕既有品牌經營
- 量販超市業：成為當地連鎖生鮮便民超市第一品牌



Q&A

