



統一超商



2912TT



2013年上半年營運績效報告

2013年上半年損益分析

單位：新台幣百萬元

	<u>2013Q2</u>		<u>2012Q2</u>		YOY	<u>2013H1</u>		<u>2012H1</u>	
	Amount	%	Amount	%		Amount	%	Amount	%
Operating revenue	49,548	100.0%	46,904	100.0%	5.6%	97,923	100.0%	93,512	100.0%
Operating cost	(33,950)	-68.5%	(30,923)	-65.9%	9.8%	(67,417)	-68.8%	(62,651)	-67.0%
Gross profit	15,598	31.5%	15,981	34.1%	-2.4%	30,506	31.2%	30,861	33.0%
Operating expenses	(12,983)	-26.2%	(13,733)	-29.3%	-5.5%	(25,461)	-26.0%	(26,494)	-28.3%
Operating income	2,615	5.3%	2,249	4.8%	16.3%	5,045	5.2%	4,367	4.7%
Net income belong to :									
Owner	\$2,303	4.6%	\$1,822	3.9%	26.4%	\$4,325	4.4%	\$3,509	3.8%
Non-controlling interests	298	0.6%	166	0.4%	79.5%	544	0.6%	372	0.4%
Total	2,601	5.2%	1,988	4.2%	30.8%	4,869	5.0%	3,882	4.2%
EPS after tax (Unit:\$NT)	2.22		1.76			4.16		3.38	

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%)

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(88.95%)
- 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

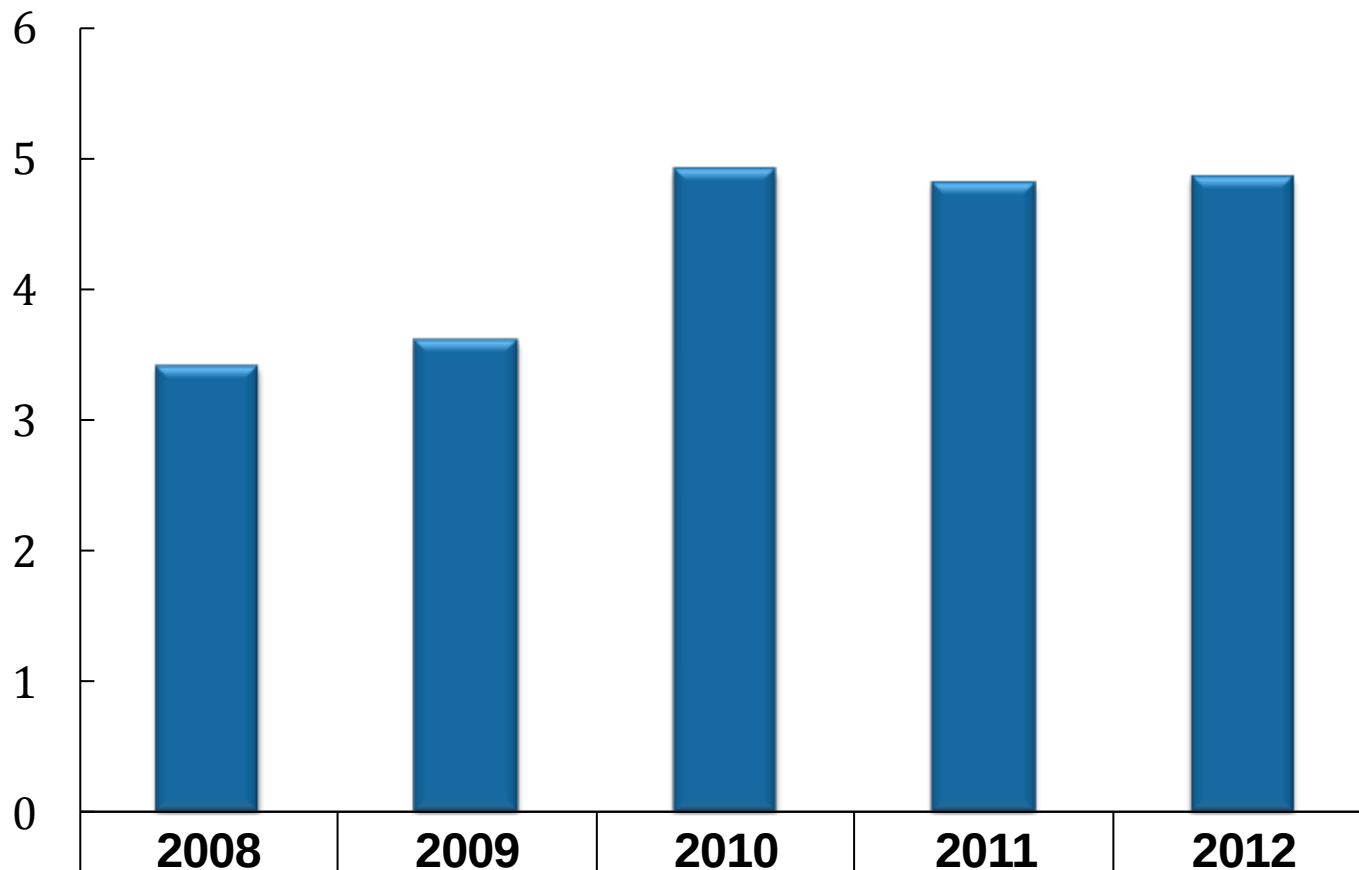
單位：新台幣百萬元

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	13'H1: 62,138 12'H1: 60,450	13'H1: 26,526 12'H1: 23,923	13'H1: 1,087 12'H1: 1,720	13'H1: 8,172 12'H1: 7,419	13'H1: 97,923 12'H1: 93,512

註：部門別營收為沖銷後金額。

股利政策

穩定的現金股利



■ Total Dividends	3.4	3.6	4.9	4.8	4.85
Cash Dividends	2.04	3.6	4.9	4.8	4.85

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

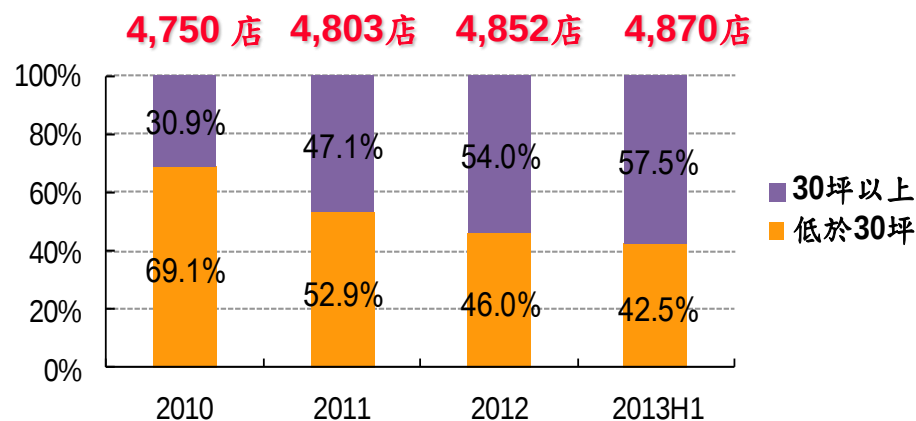
有效經營
海外市場

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

- 上半年大店格門市佔比 57.5%
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



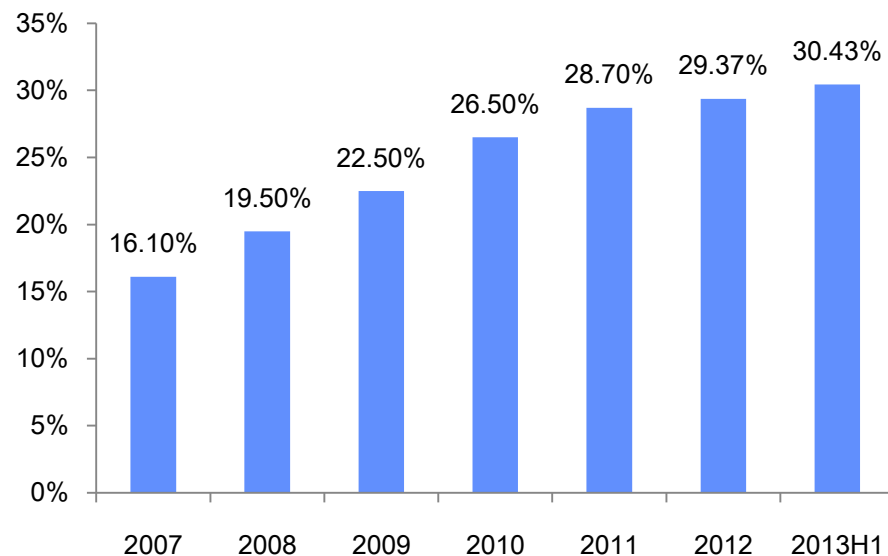
7-11本業壯大繁榮

2. 聚焦差異化商品

- 整體自有商品佔比為 30.4%
- 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

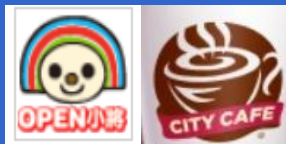
- 在電力管理、照明設計、空調規畫、置冷設備改良等導入最新節能技術，並利用省電器、冰箱變頻器、共用散熱器等全面提升門市能源使用效率。
- 獲得內政部便利商店節能認證、台北市政府節能優良商店表揚及金省能獎工商產業乙組優勝。



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年上半年店數達709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：

unimart
統一優瑪特

uni
mart
統一銀座

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

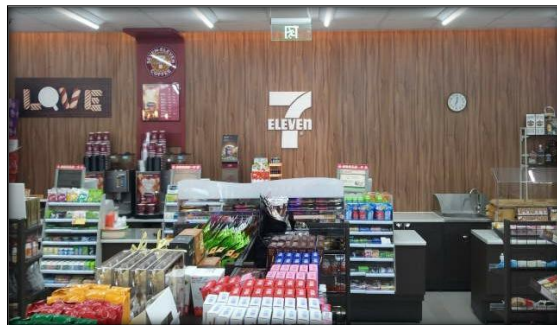
聚焦核心商品，進駐次級商圈

便利商店業：



上海7-11

精耕差異化商品



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年上半年店數達893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

