

Simple Mart

三商家購股份有限公司



近

在疫情中突顯離家近的價值



近

在疫情中突顯離家近的價值



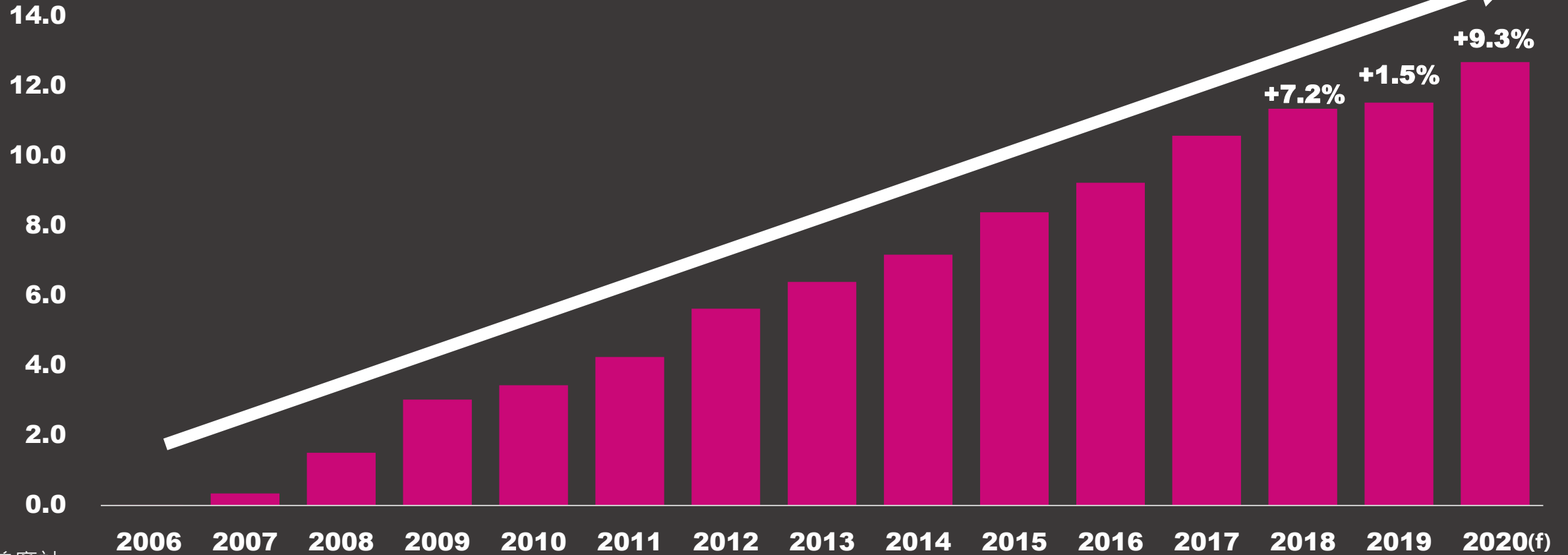
近

在疫情中突顯離家近的價值



連續14年成長

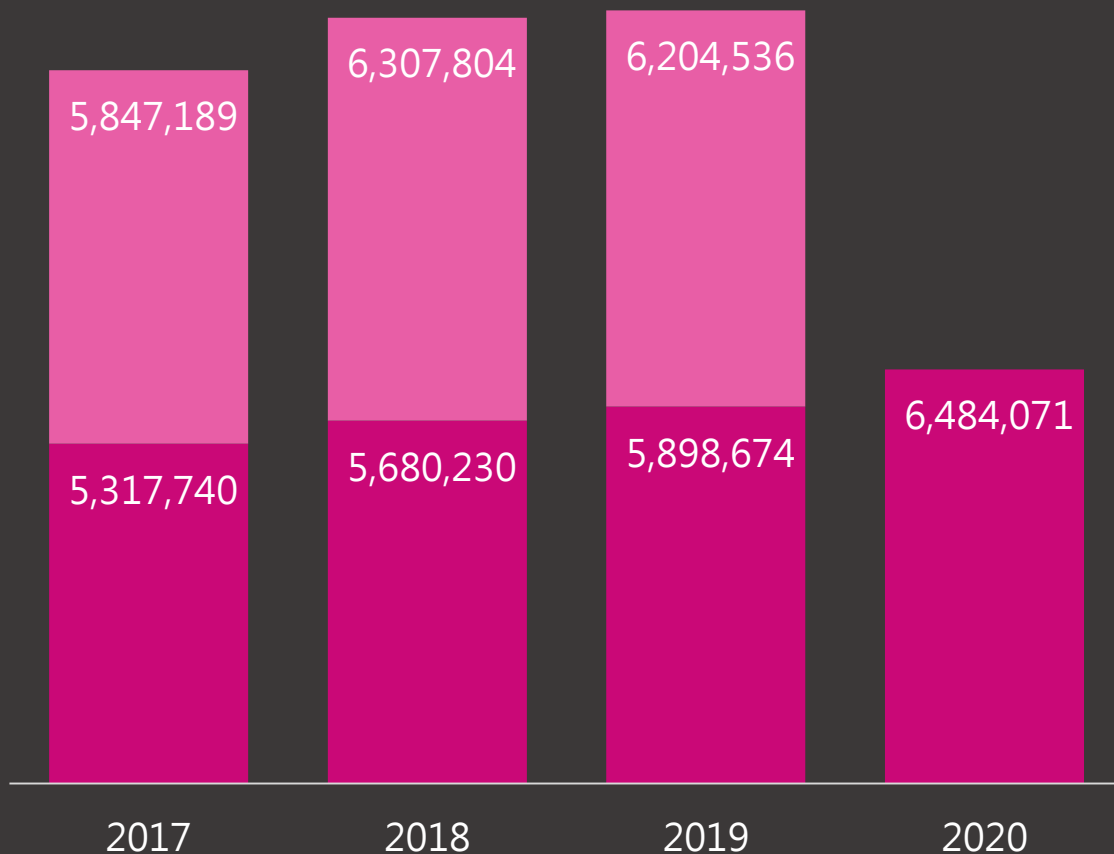
(千元)



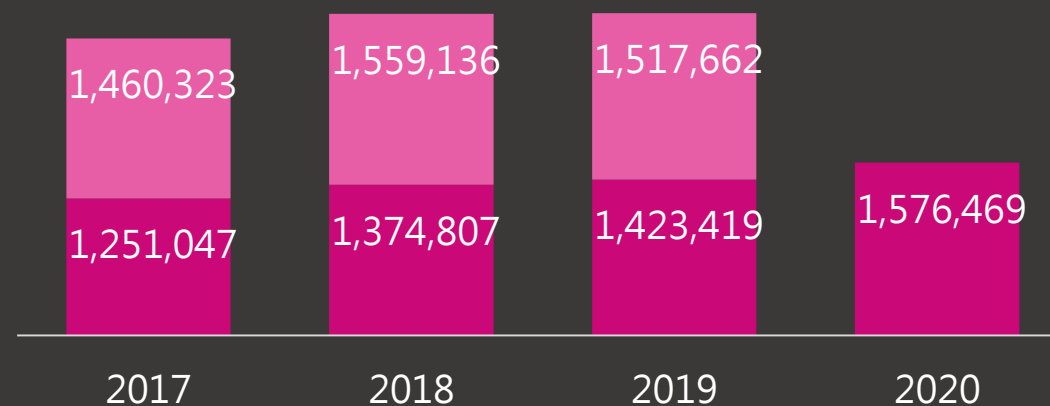
*美廉社

營業收入&毛利

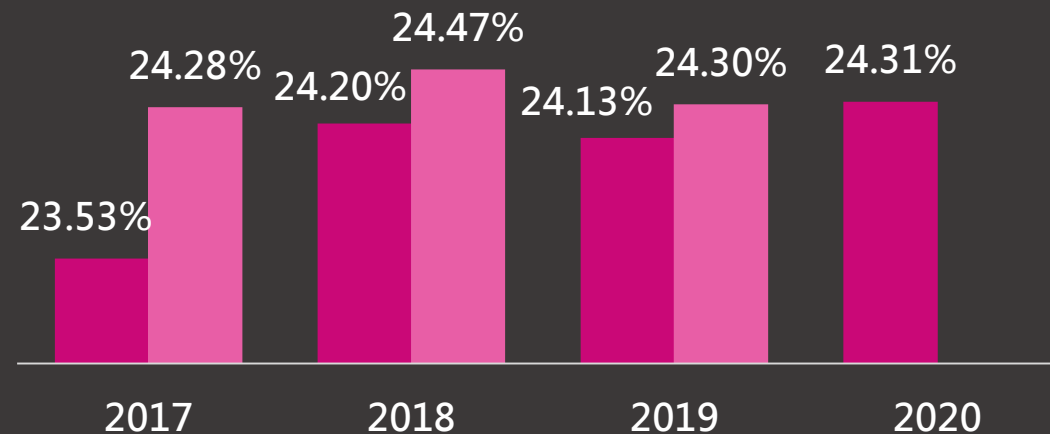
■ 上半年度營收 ■ 下半年度營收



■ 上半年度毛利 ■ 下半年度毛利

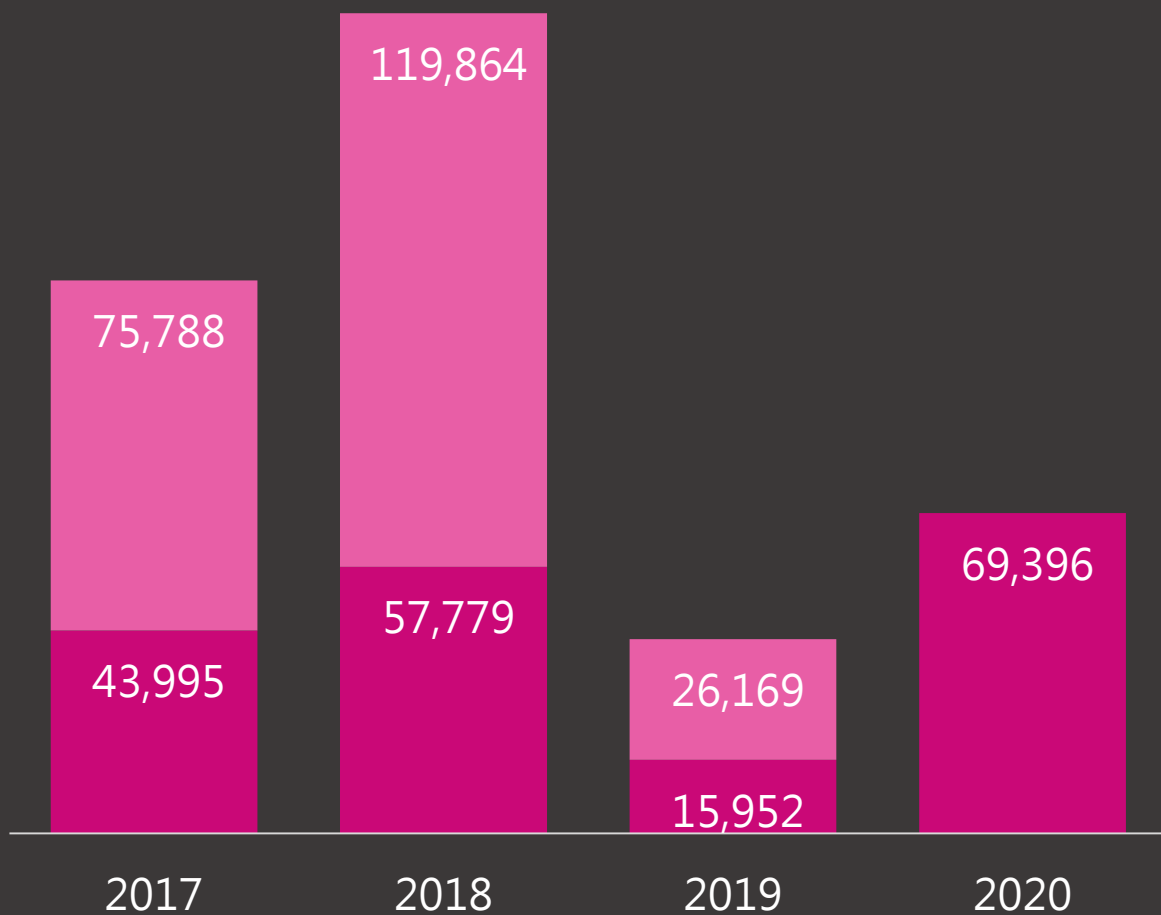


■ 上半年毛利率 ■ 全年度毛利率

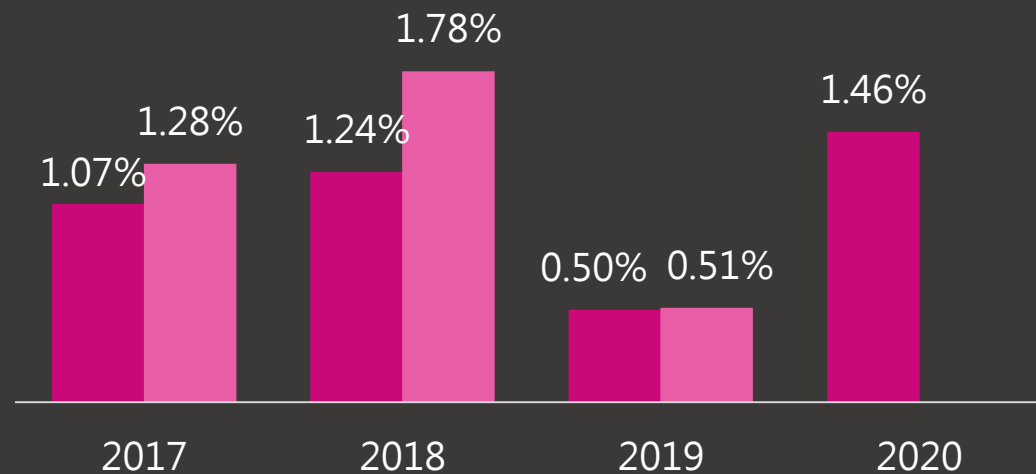


淨利&營業淨利率&每股盈餘

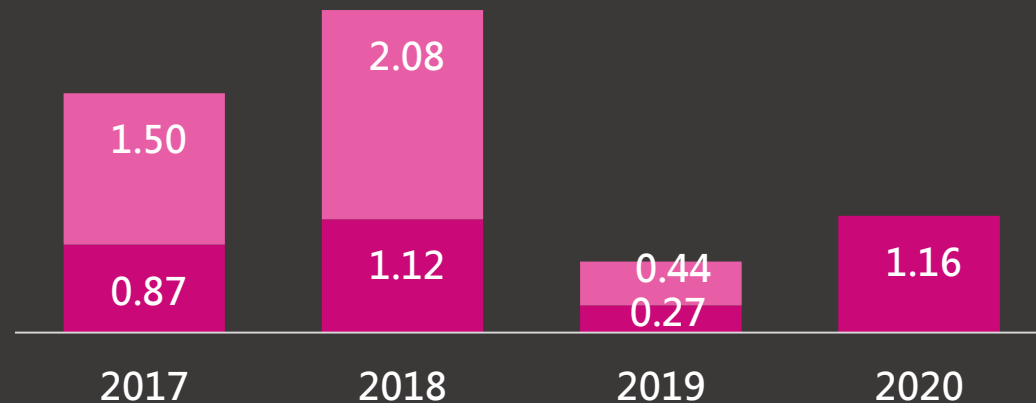
■ 上半年度淨利 ■ 下半年度淨利



■ 上半年營業淨利率 ■ 全年度營業淨利率



■ 上半年度EPS ■ 下半年度EPS



迎向因科技推波助瀾的定位突破動能

價格



CVS

Super

突破動能
【5G / 沉澱數據庫 / 演算法】

Hyper

時間 / 空間 / 距離



永續成長的動能

Basic

空間的商機

Space

Assortment

演算法

OPL

OOSP

BI

擴大加盟與持續展店

New Vision

O_MO

空間的商機來自

持續對消費需求與陳列空間的研討與調整

2 - 5%

品類優化帶動成長

5 - 10%

新店型改裝，更便利的社區店型

8%缺貨減少

演算法優化排面和庫存量

OPL & OOSP



Volume Generator

減少品項

擴大排面



High Performer

擴大類別

品項引進



Low Performer

保留最少

類別品項數



High Potential

持續引進新品

促銷刺激銷售

R 新店型改裝，更便利的社區店型 evamping



R 新店型改裝，更便利的社區店型 Revamping



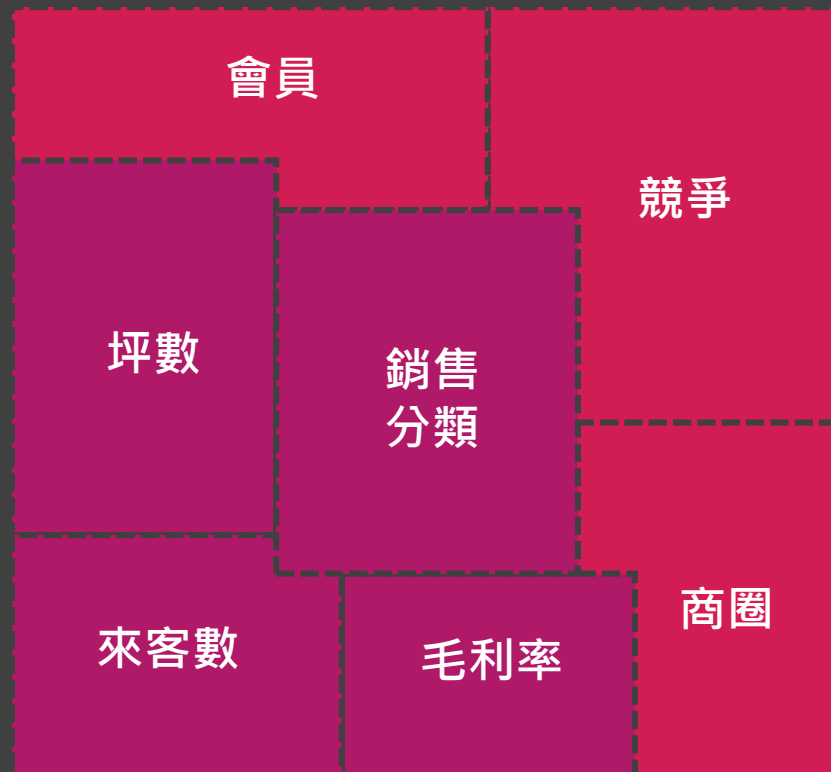
R 新店型改裝，更便利的社區店型 Revamping

+2%全部來客數成長

* 250 店

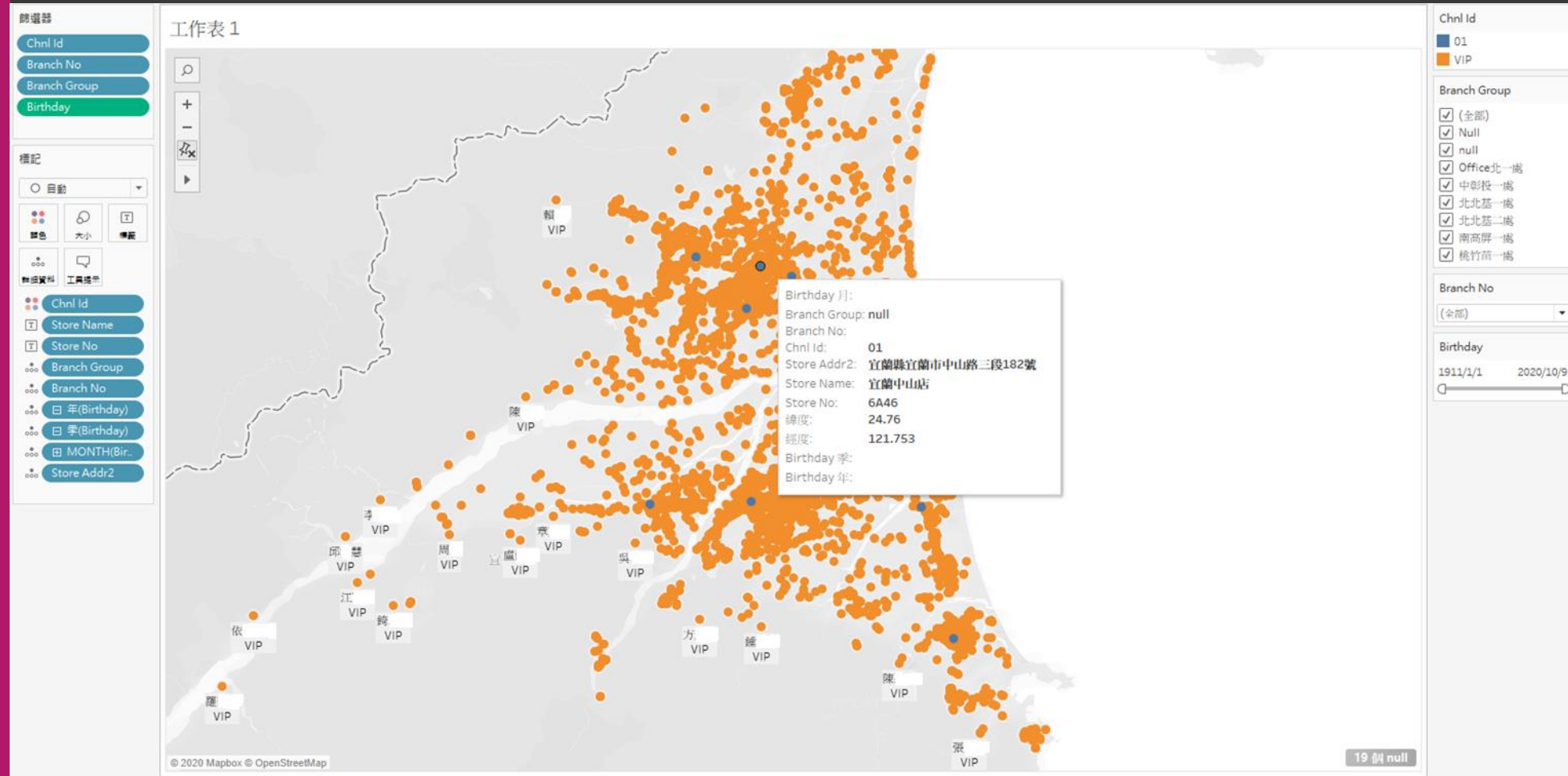
+6.6%

根據條件進行不同商品組合的改裝



*2006~2010開幕的店優先改裝

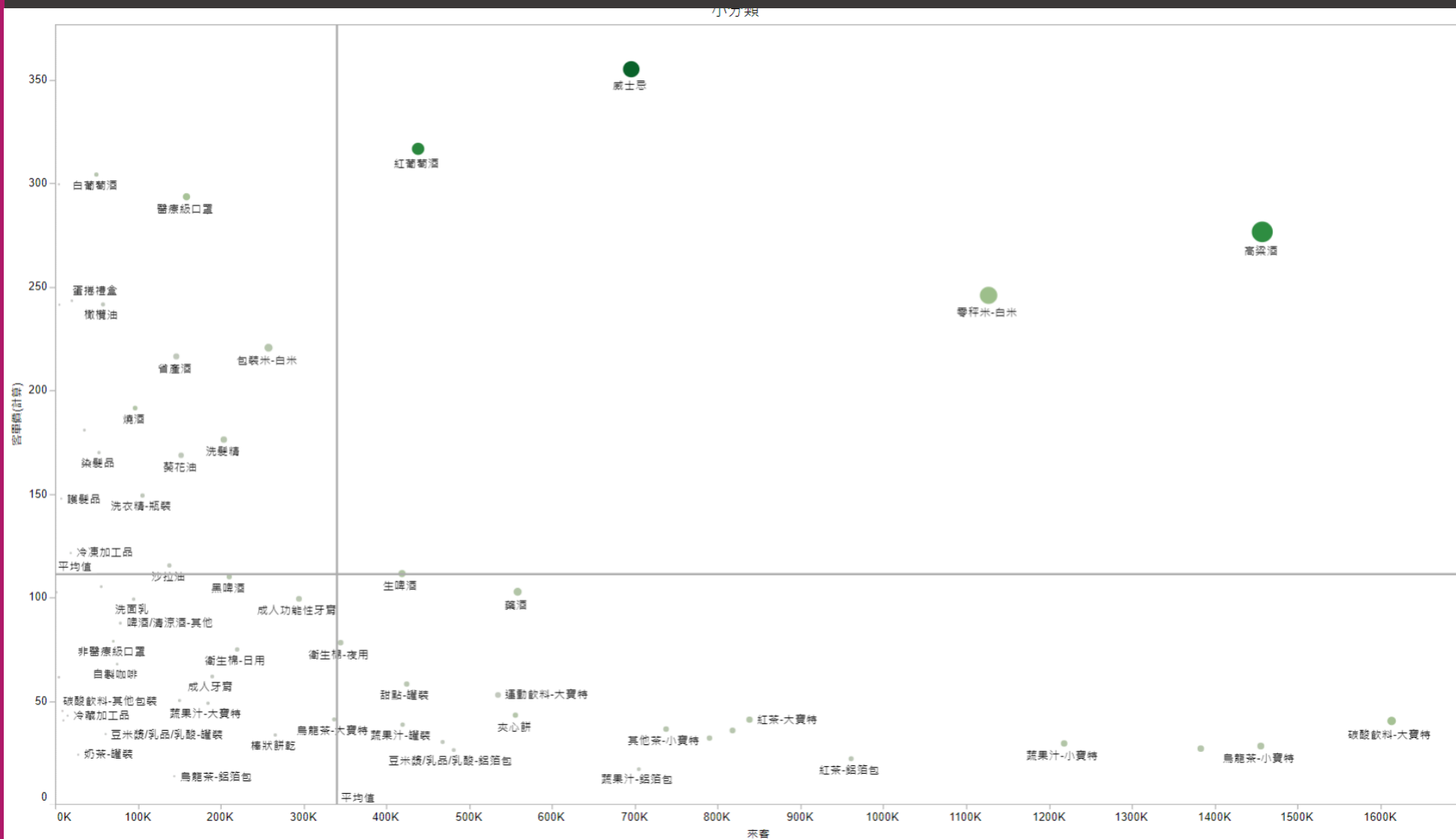
外部消費者的脈動



數據的反應與推估能力

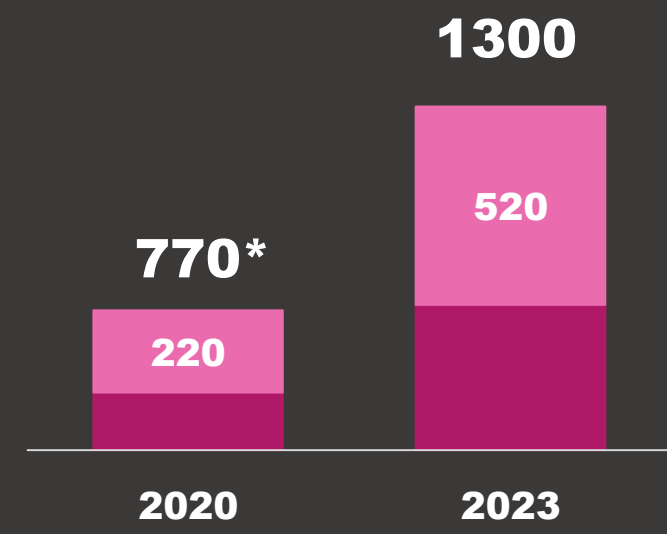
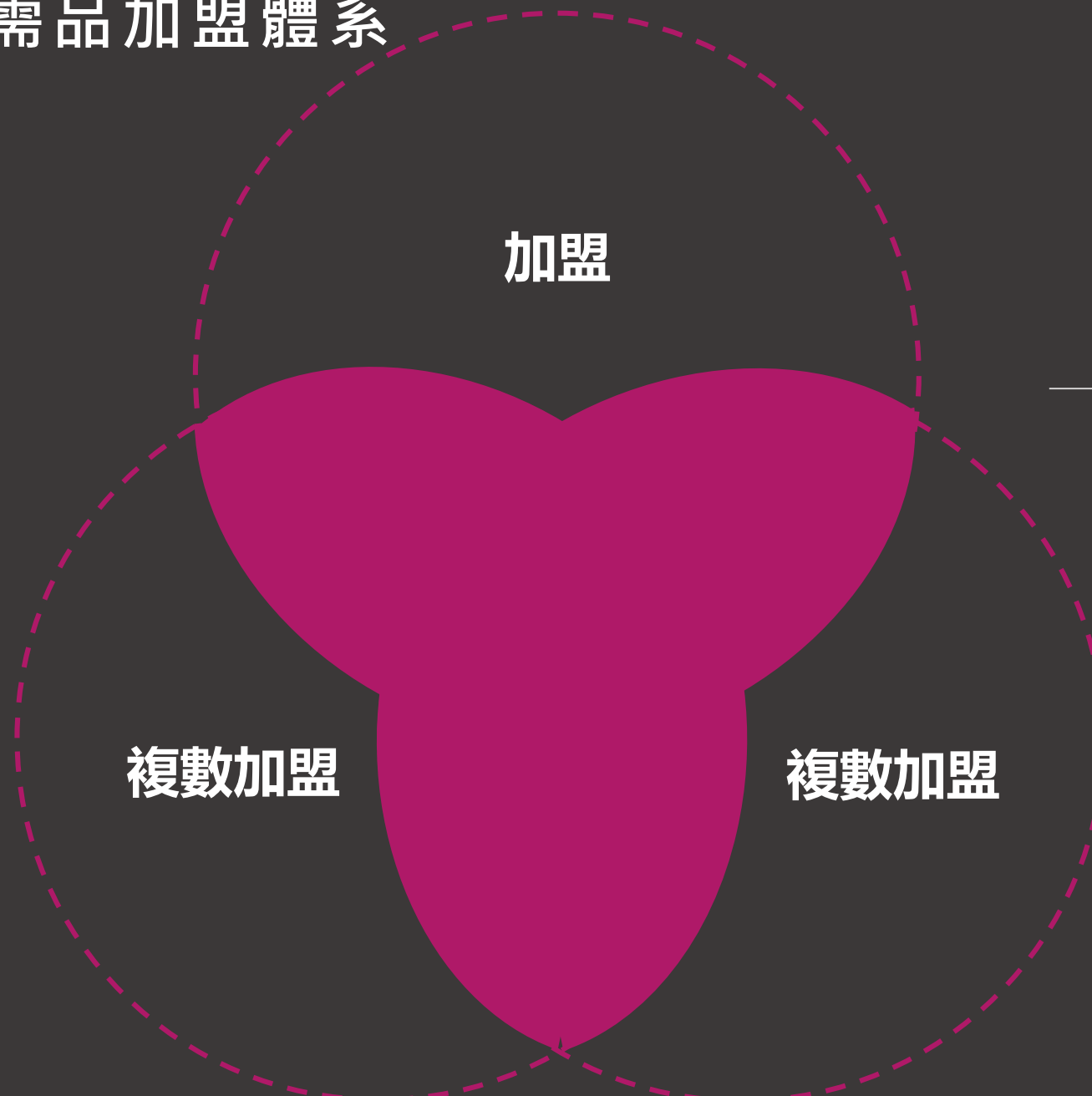
內部 顧客需求

掌握



數據的反應與推估能力

唯一的民生必需品加盟體系



*20201130

2023年 預計1300店

三商家購 尚需聘僱及培訓下列儲備幹部



店長

單店經營管理

 × 500

區督導

區域經營管理

 × 50

部副理

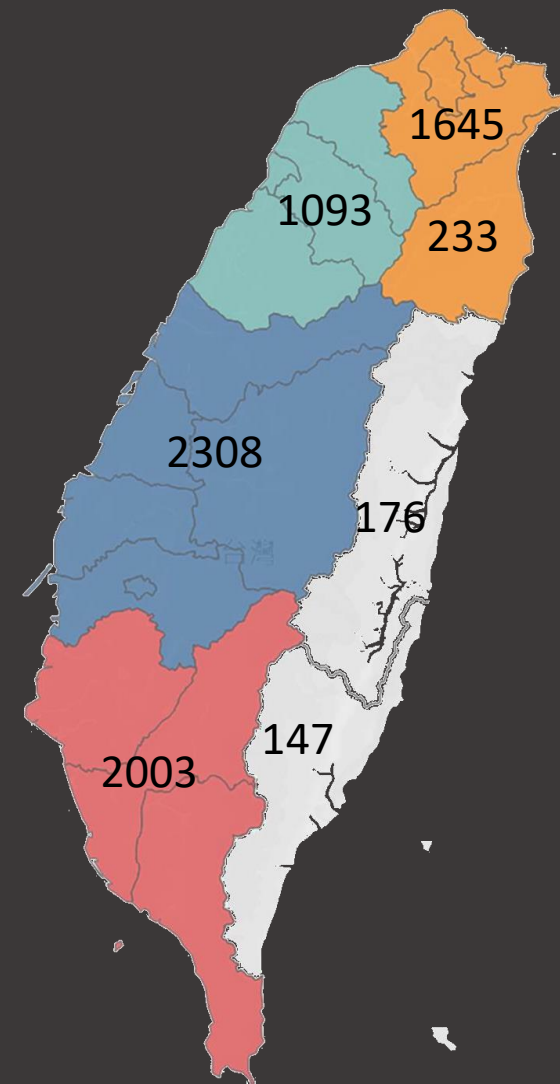
協助部經理
經營管理

 × 10

部經理

部經營管理

 × 5



全台村里數：7760

迎向因科技推波助瀾而變化的消費者需求 所要做的三個OmO進程

1

加速導入應用科技
- 跨界與無界交易



2

重新思考並優化空間內品類和組成
- 線上資訊與線下商品連結



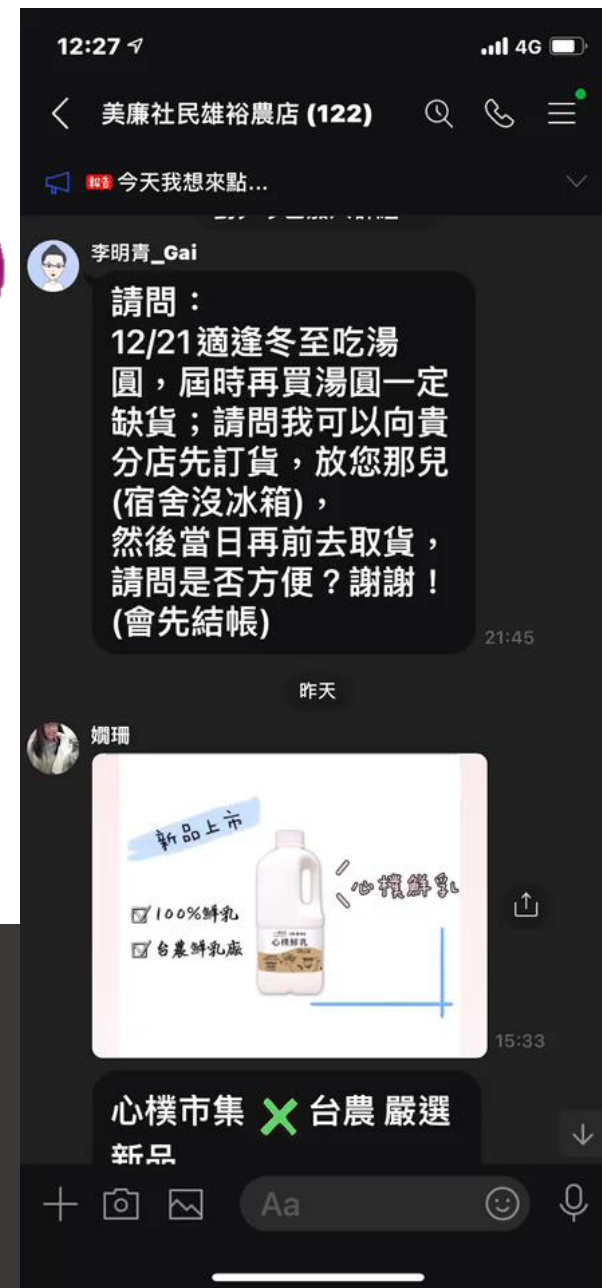
3

提升線下購物體驗
- 眼耳鼻舌身的五感接觸



提升線下購物體驗 眼耳鼻舌身的五感接觸





二年營運目標

**1300 stores
by FY2023**



邁向每個里都有美廉社
擴大展店編制
持續改裝提升單店營收

**加盟佔比45%
by FY2023**



加盟店的拓展
擴大教育訓練規模與頻率
更有彈性的加盟方式(區域連鎖合作)

**差異化佔比25%
by FY2023**



持續推動進口與自有品牌開發
差異化與價值的提升
提升聯名品牌占比

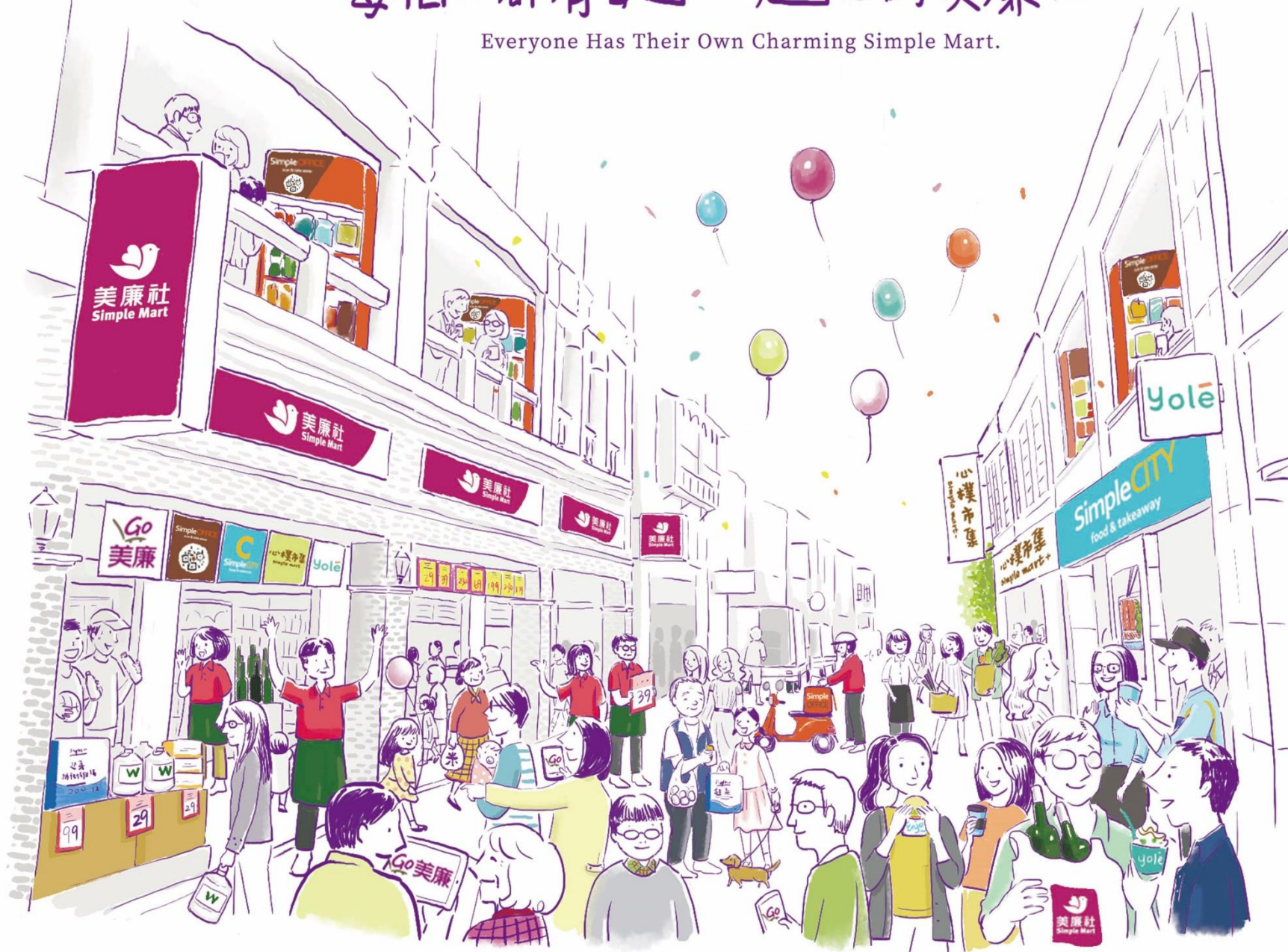
**會員銷售佔比70%
by FY2023**



智慧零售與CRM
SimpleOFFICE
虛擬餐飲零售平台
GO美廉

每個人都有自己“魅力的美廉社”

Everyone Has Their Own Charming Simple Mart.





hanks!

三商家購股份有限公司