

免責聲明

- 本簡報及同時發佈之相關訊息所提及之預測性資訊，包括營運展望、財務及業務狀況等內容，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所得之資訊。
- 本公司未來實際所可能產生的營運結果、財務狀況與業務成果，可能與預測性資訊有所差異。其原因可能來自各種因素，包括但不限於市場需求、價格波動、競爭態勢、各種政策法令與金融經濟現況之改變，以及其他本公司無法掌控之風險等因素。
- 本簡報中所提供之資訊，係反應本公司截至目前為止對於未來的看法，並未明示或暗示地表達或保證其具有正確性、完整性或可靠性。對於這些看法，未來若有變更或調整時，本公司並不負有更新或修正之責任。

2945

Simple mart
三商家購股份有限公司

O 大 綱 Outline

1

公司簡介

2

財務概況

3

未來展望

4

企業社會責任

公司簡介

公 司 名 稱

三商家購股份有限公司

設 立 時 間

102年2月7日

員 工 人 數

3,851人(截至112.12.25)

實 收 資 本 額

6.75億元

營 業 項 目

民生消費品之零售

登 記 地 點

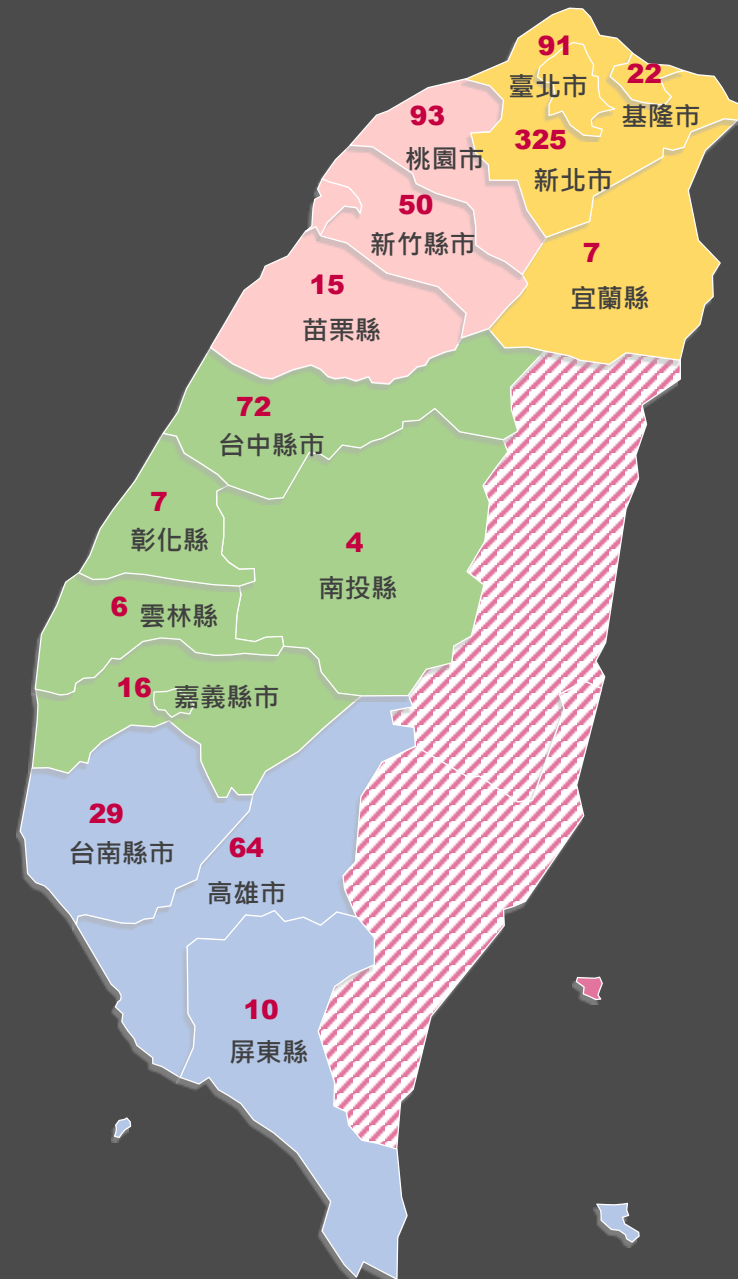
臺北市中山區民權東路三段 4 號地下一層

董 事 長

陳翔玢

總 經 理

邱光隆

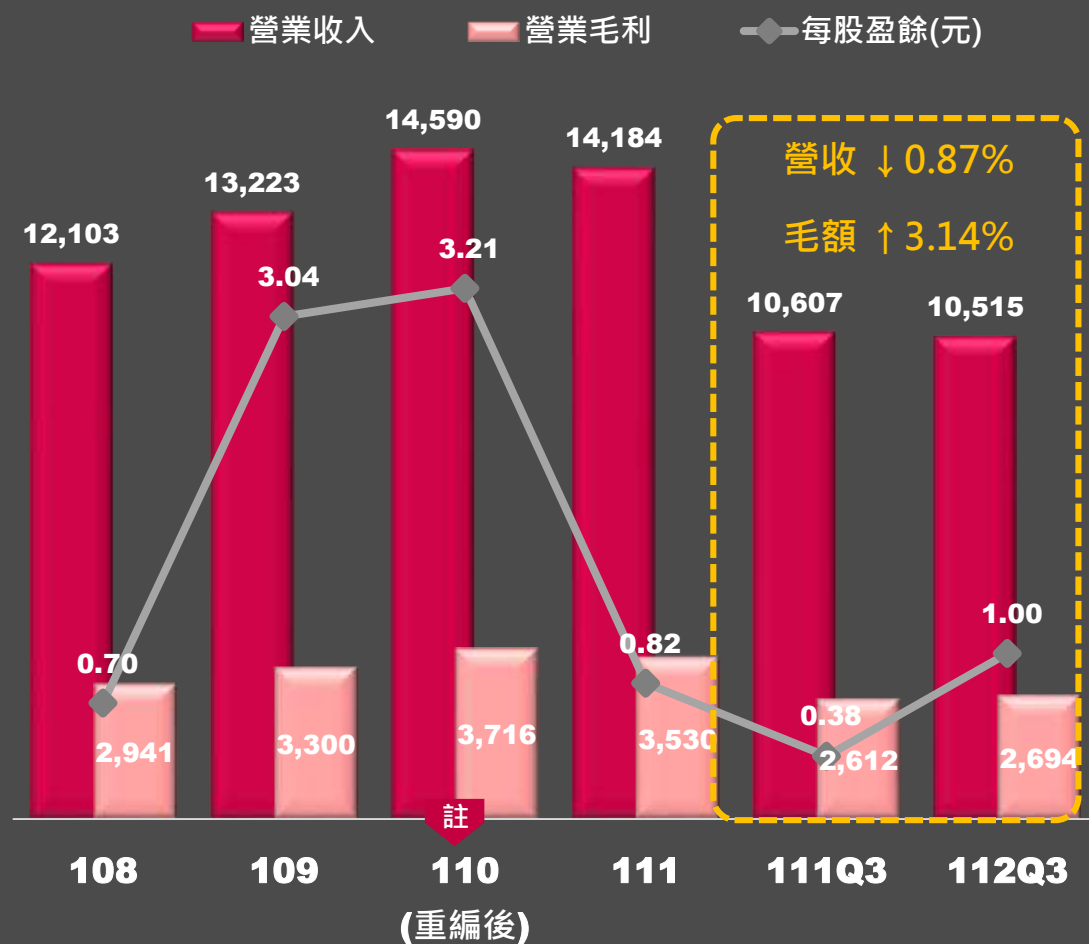


(截至112.12.25)

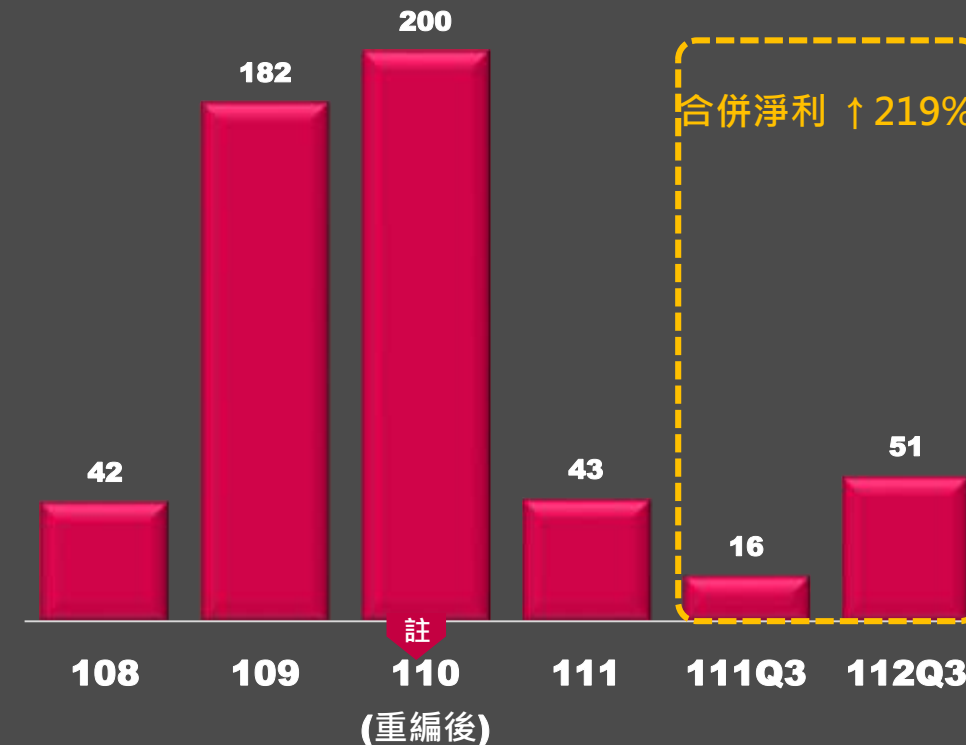
全台門市數：811家

財務概況

單位：新台幣百萬元



合併淨利



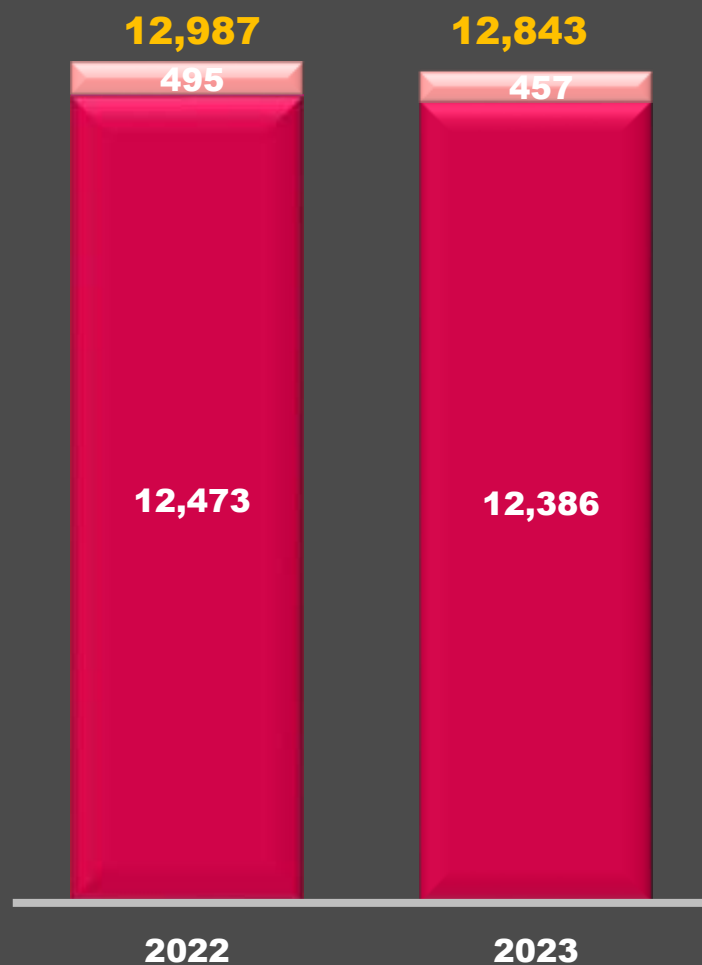
註 本公司於111年4月完成收購三友藥妝股份有限公司，係屬共同控制下組織重組，並視為自始合併，故重編110年同期金額。



1-11月財務概況

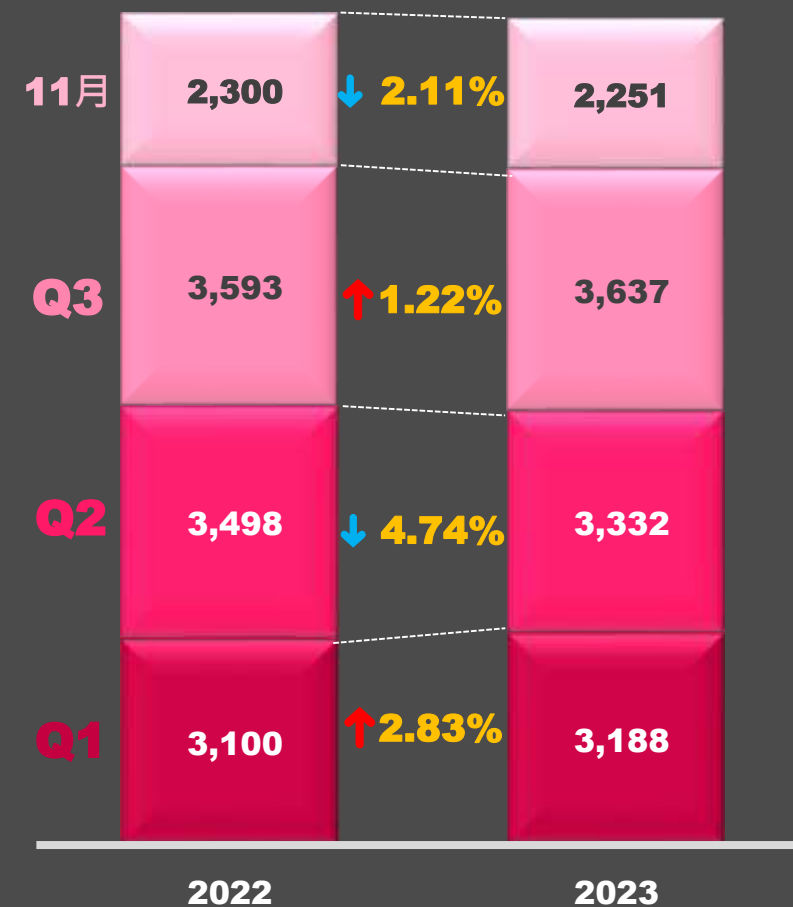
單位：新台幣百萬元

合併營業收入



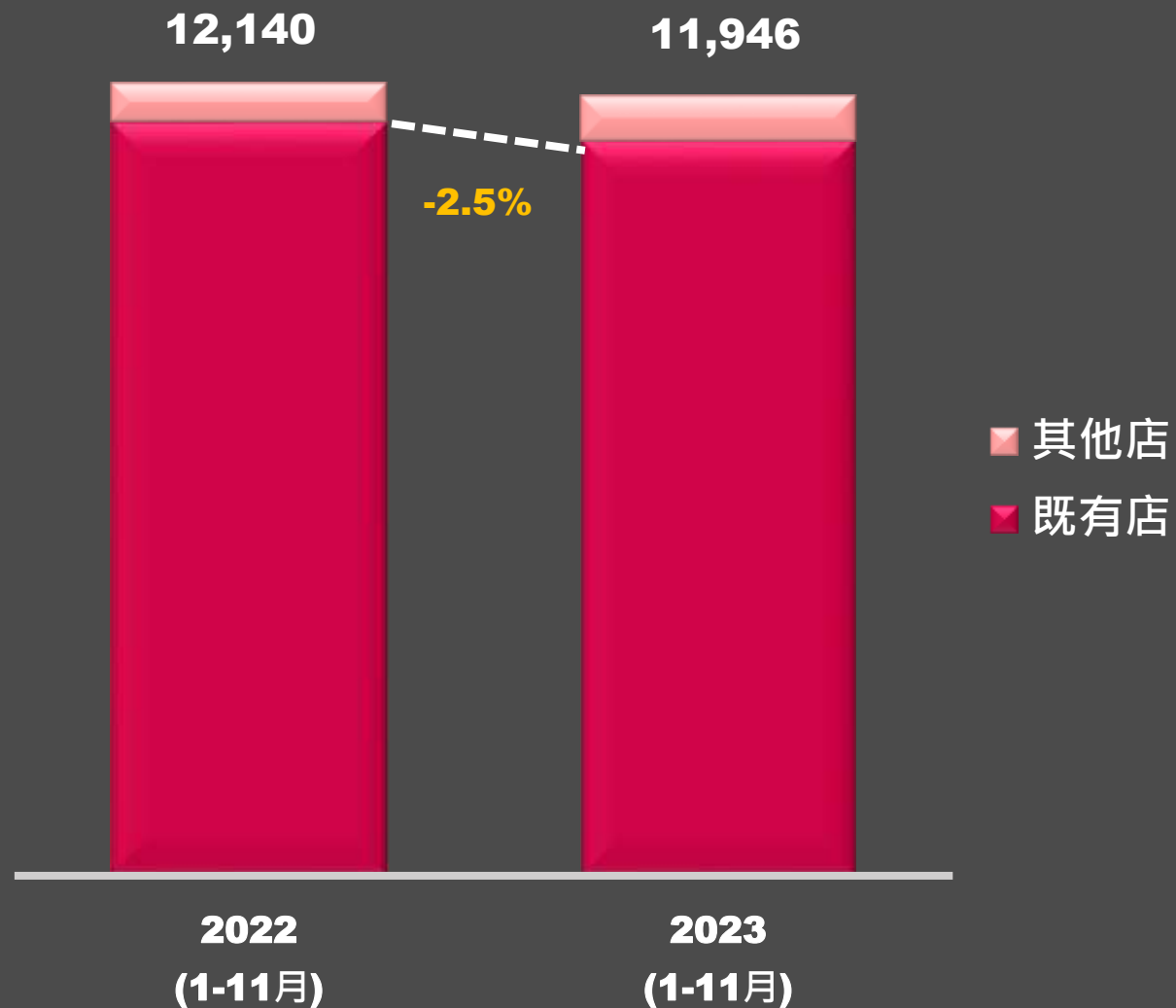
■ 三商家購 ■ 心樸市集(公司) ■ 三友藥妝

三商家購營業收入



1-11月財務概況-既有店業績

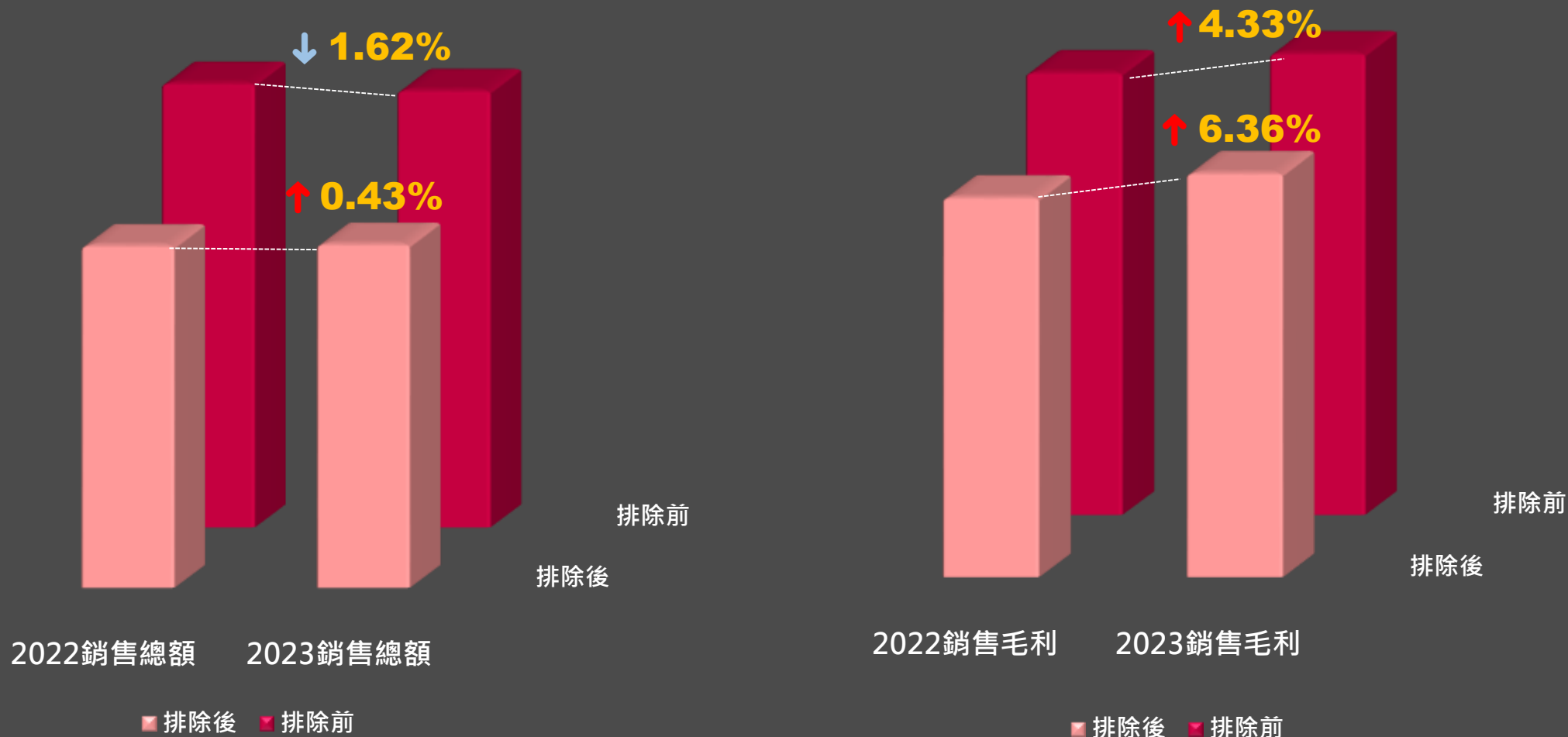
單位:新台幣百萬元





1-11月財務概況-疫情影響(全部店)

單位：新台幣百萬元



說明：排除疫情影響，主要排除香菸及快篩、酒精、手部清潔等防疫商品

思考：
每一個零售點可以分
到多少消費者

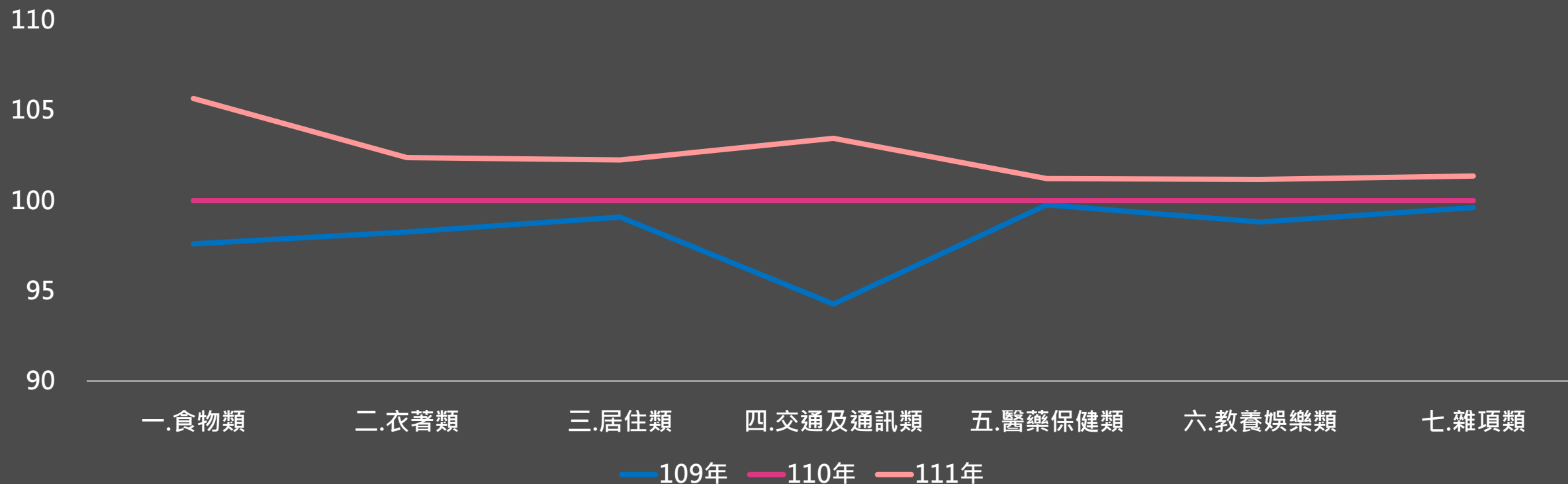
思考：
開發商品的成本分攤
(內需 / 輸出)

疫後改變了什麼

- ◆當重複的行為變成習慣 (溫水煮青蛙)
 - 長短鏈並存的供應彈性
 - 全球化vs在地化
 - 飲食與生活習慣
- ◆當萬物齊漲，消費者的可支配所得
 - 品類調整或質量降階
 - 非必需品vs必需品
 - 一線廣告品牌vs二線品牌
- ◆當沒有獲利空間
 - 成本的壓力 x 競價的壓力
 - 精準的數據管理 (攻與守都要計算)



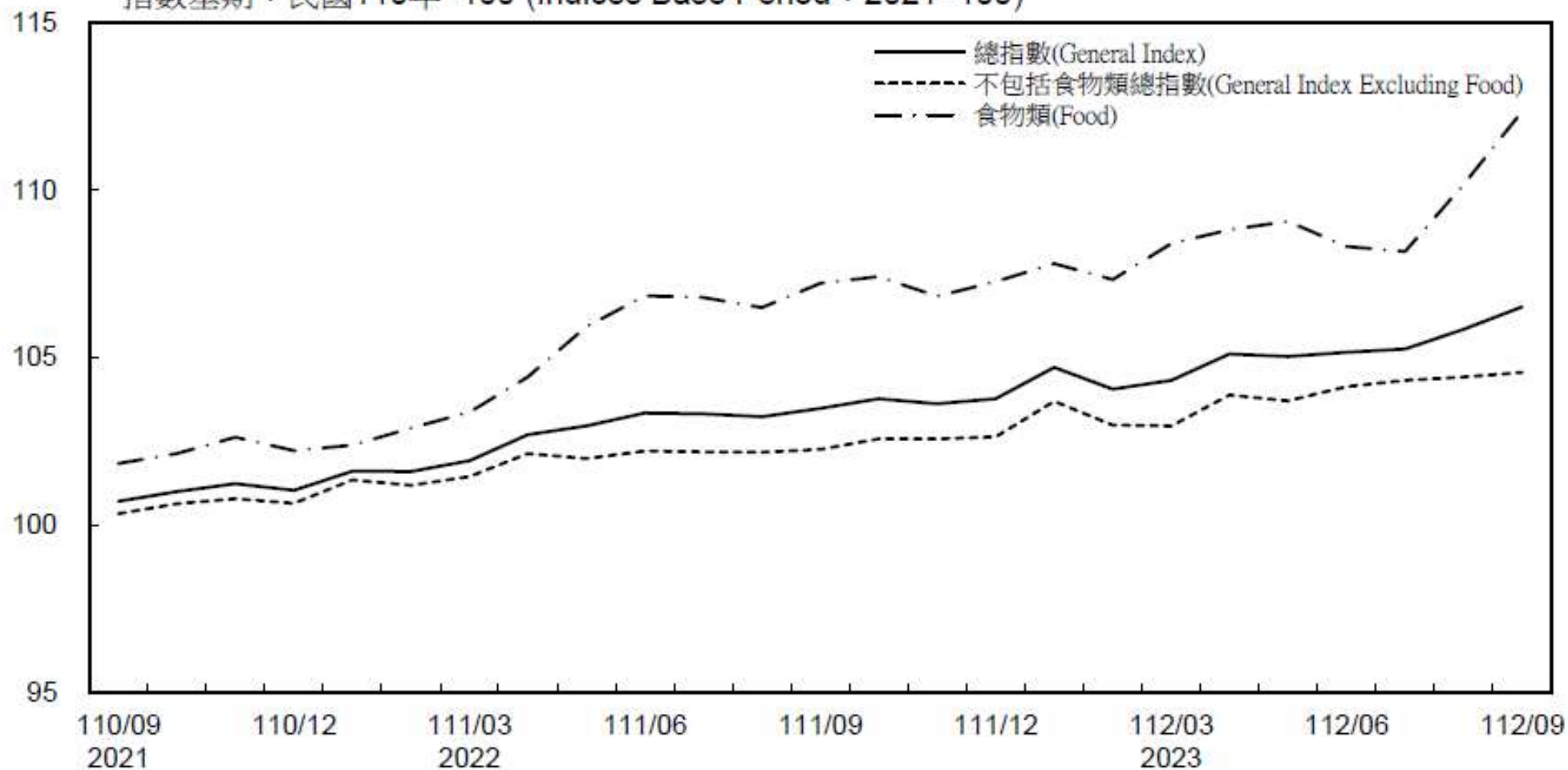
消費者物價基本分類指數



消費者物價基本分類指數							指數基期：民國110年=100	
統計期	總指數	一.食物類	二.衣著類	三.居住類	四.交通及通訊類	五.醫藥保健類	六.教養娛樂類	七.雜項類
109年	98.07	97.61	98.26	99.09	94.27	99.77	98.81	99.61
110年	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
111年	102.95	105.66	102.38	102.26	103.46	101.22	101.18	101.37

消費者物價指數及變動率圖 Trends of Consumer Price Indices

指數基期：民國110年=100 (Indices Base Period : 2021=100)



持續維穩物價



需求預測PJ概要

6家店 模擬結果

6家門市的缺貨天數都會減少，
庫存量水準也至少能夠保持現在一樣或下降

AI模型

依照商品類型特性，
挑選最合適的邏輯
(i.e. 氣象資訊、節日、
促銷訊息等)

即使當天尚未低於安庫量，
也會提早啟動下單
(會預測未來幾天的需求量)

門市庫存量上限
可彈性的設定

傳統OPL

過去6週平均銷量
(不含前2高週)
or 安庫量

低於安庫量當天的
隔天早上會啟動OPL

2023年3月-
門市庫存量上限20天

(i.e.) 香菸TOP180SKU庫存模擬結果 @6528: 文山萬安二店

香菸總庫存量趨勢



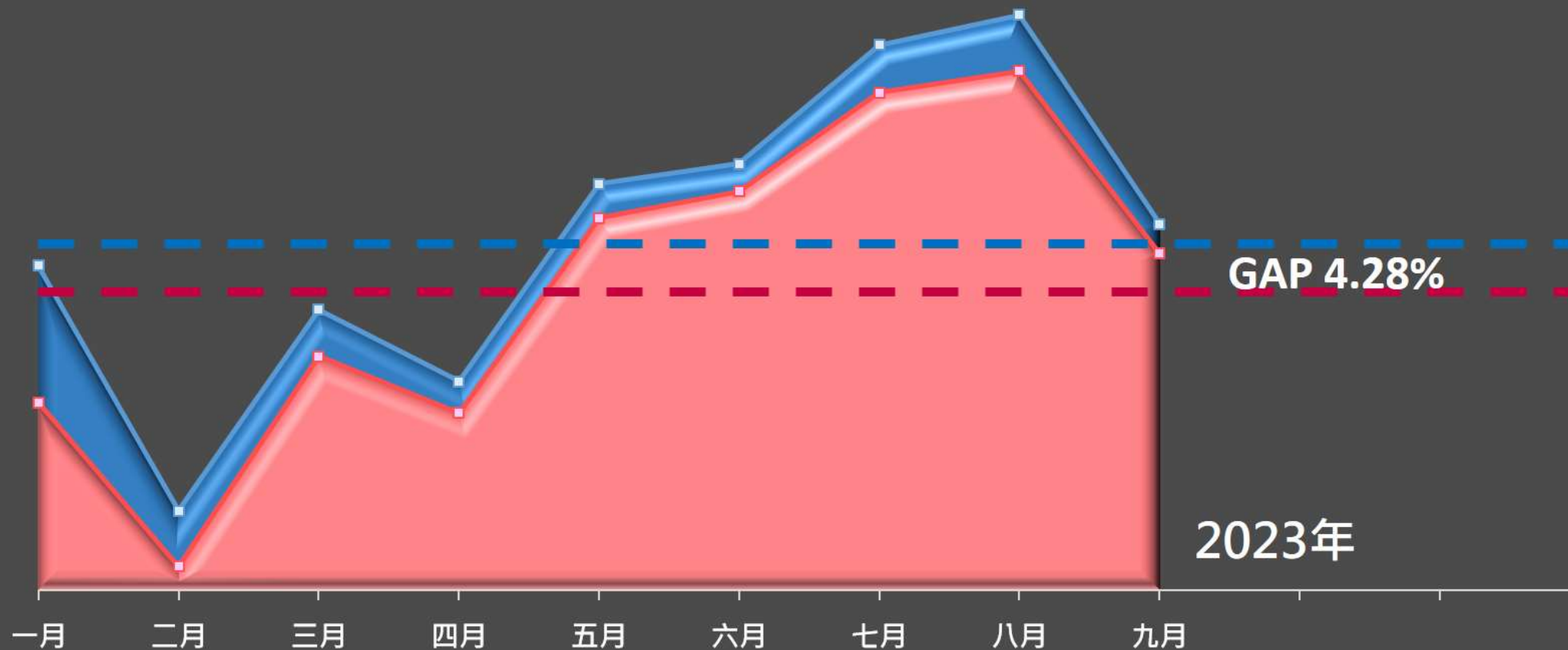
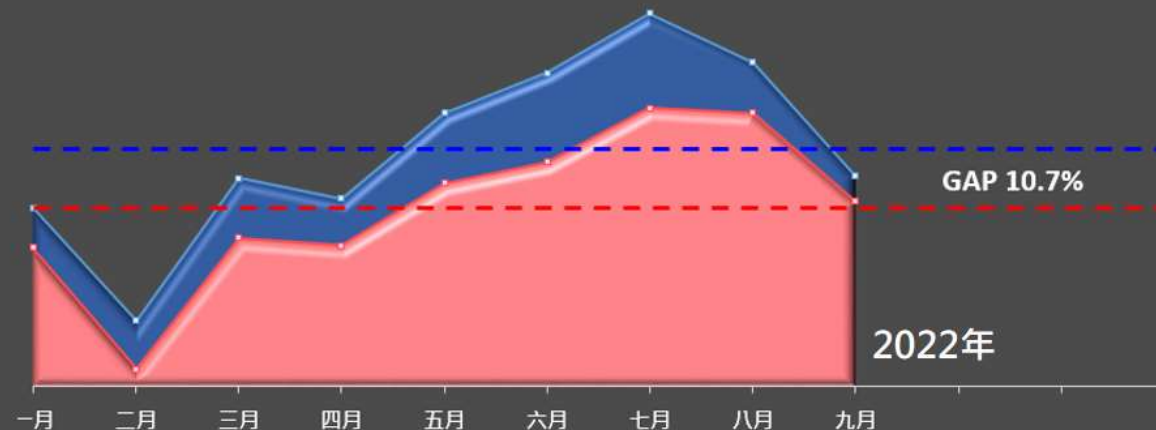
每日庫存0SKU數趨勢



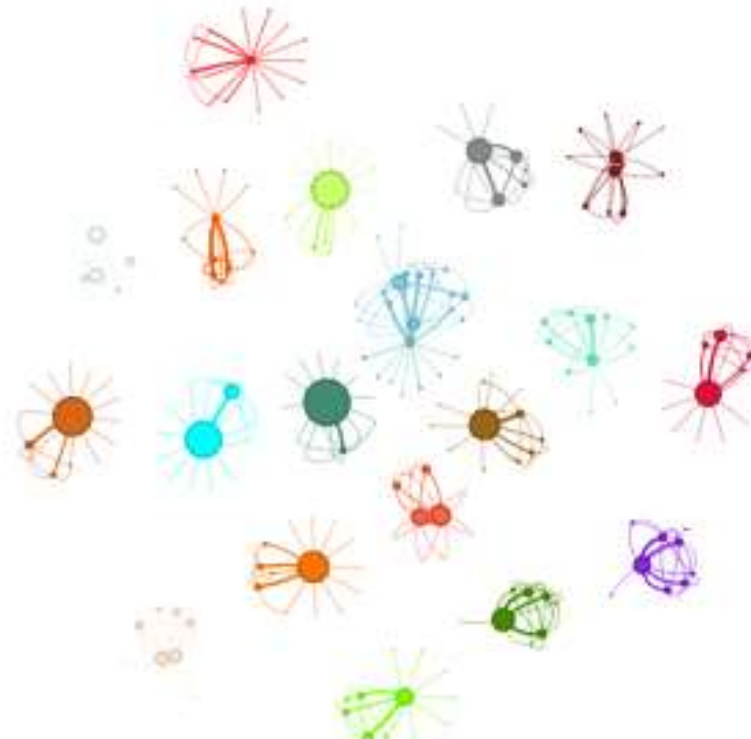


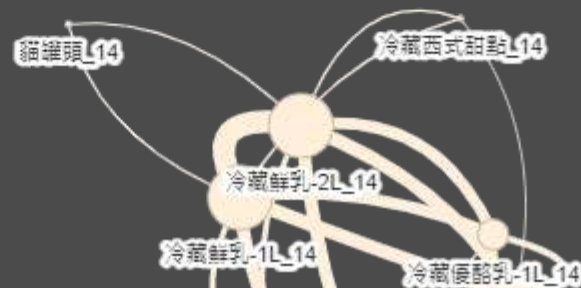
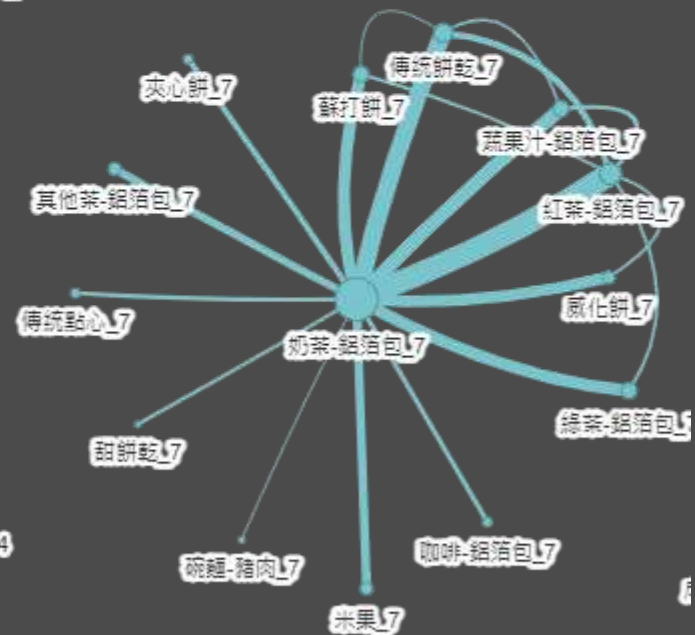
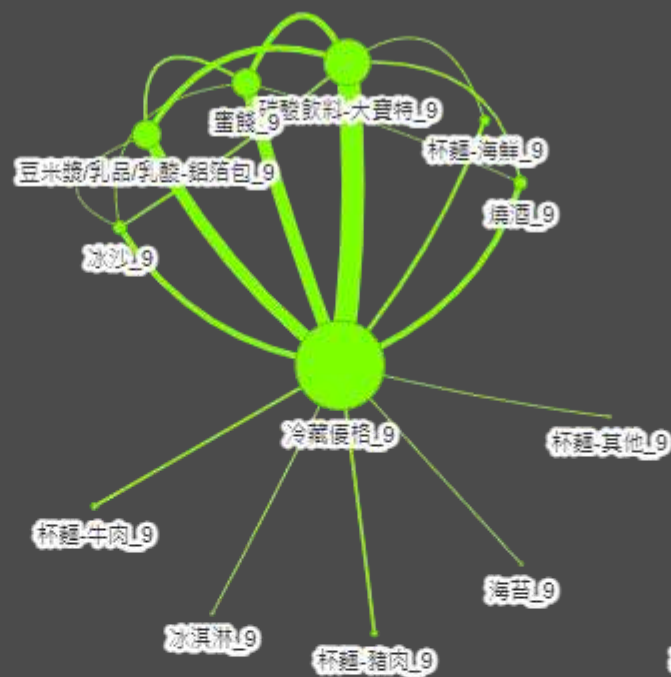
朝向全面自動化邁進

全面啟動OPL (Order Proposal List)



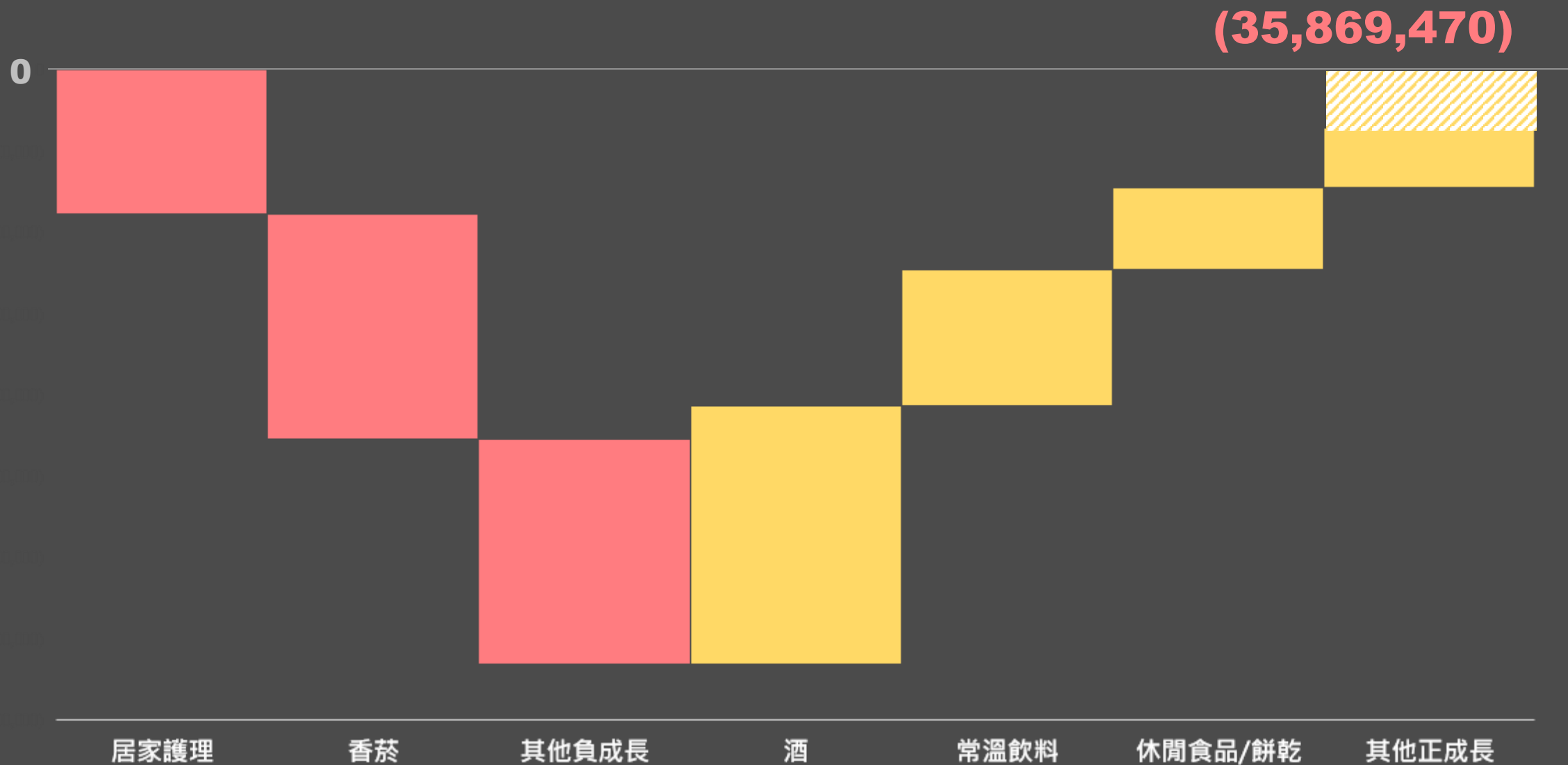
Topic Probabilities (%)





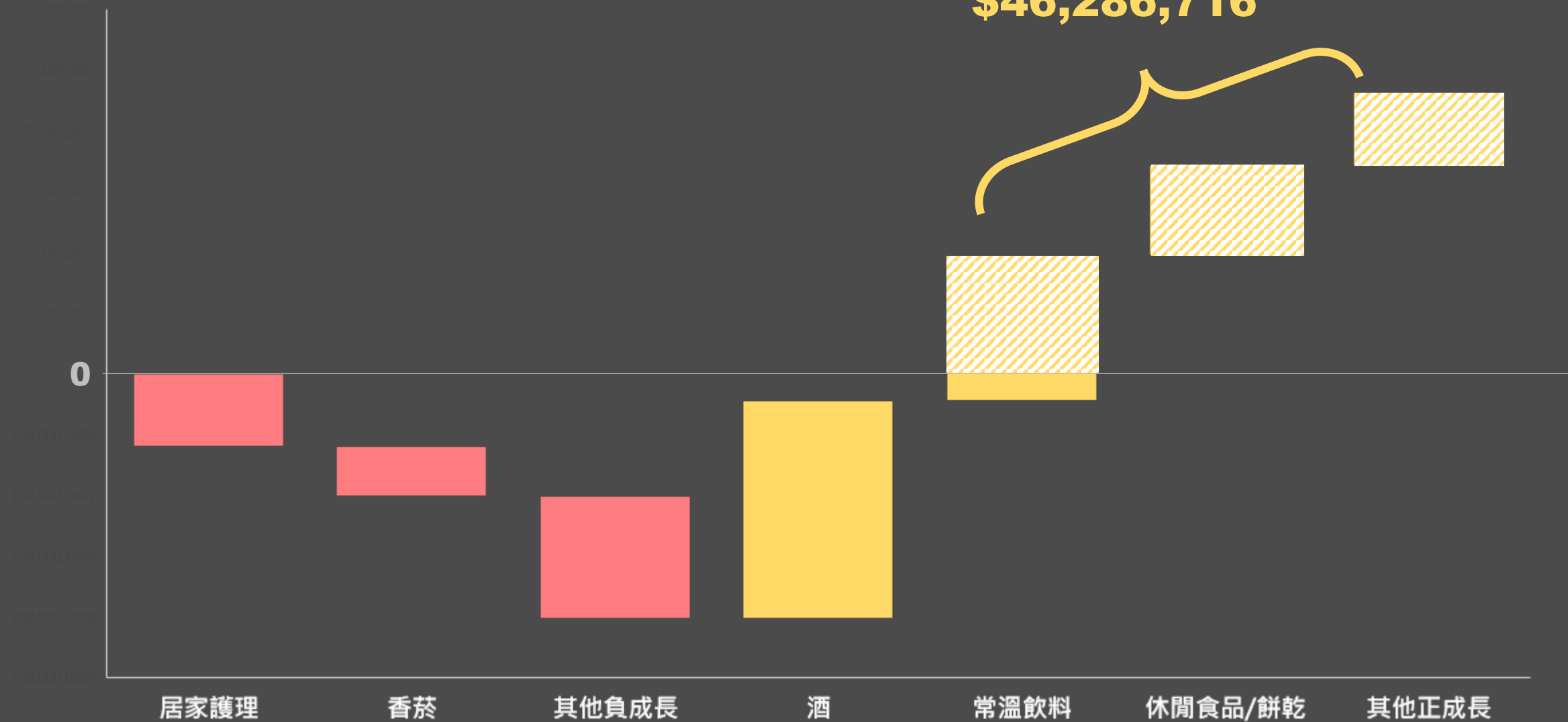


營收



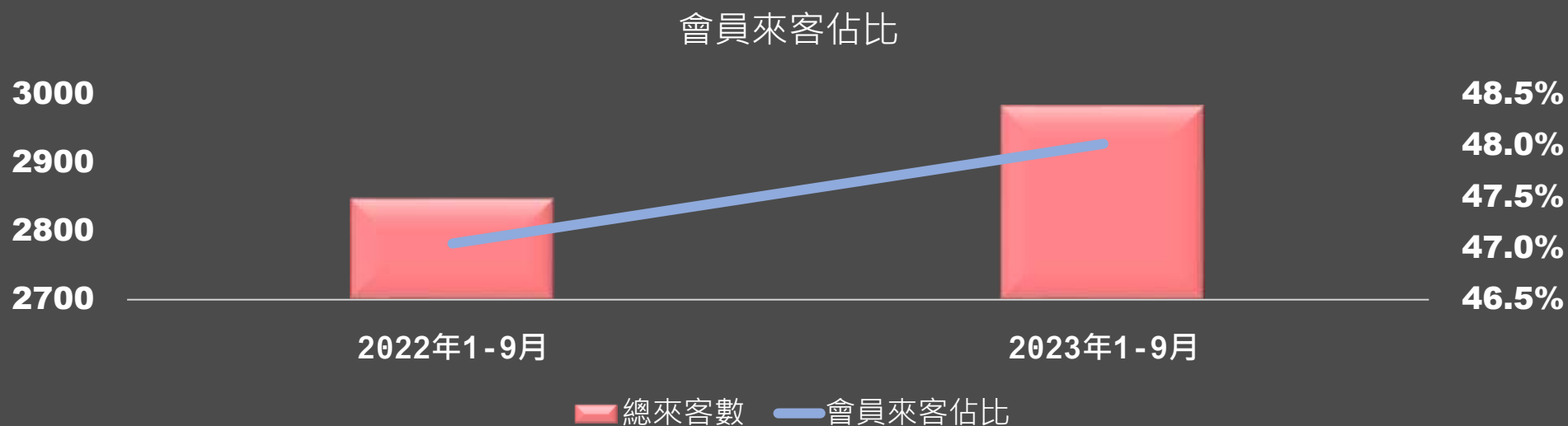
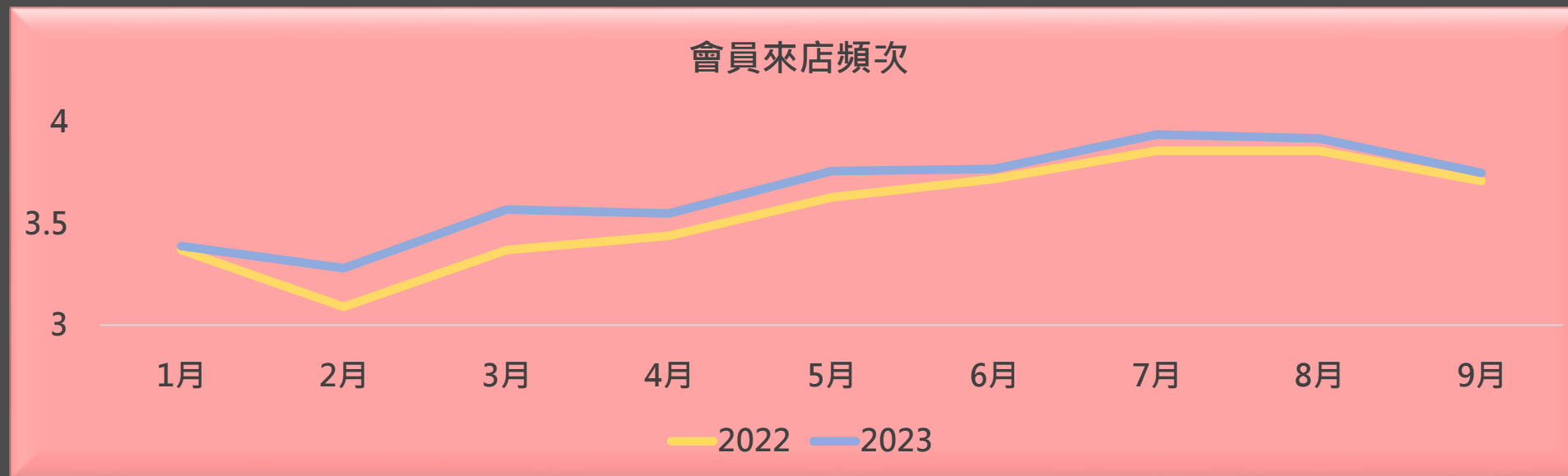
*僅含1-9月美廉社營業數字非IFRS調整後合併營收

毛利



*僅含1-9月美廉社營業數字非IFRS調整後合併營收

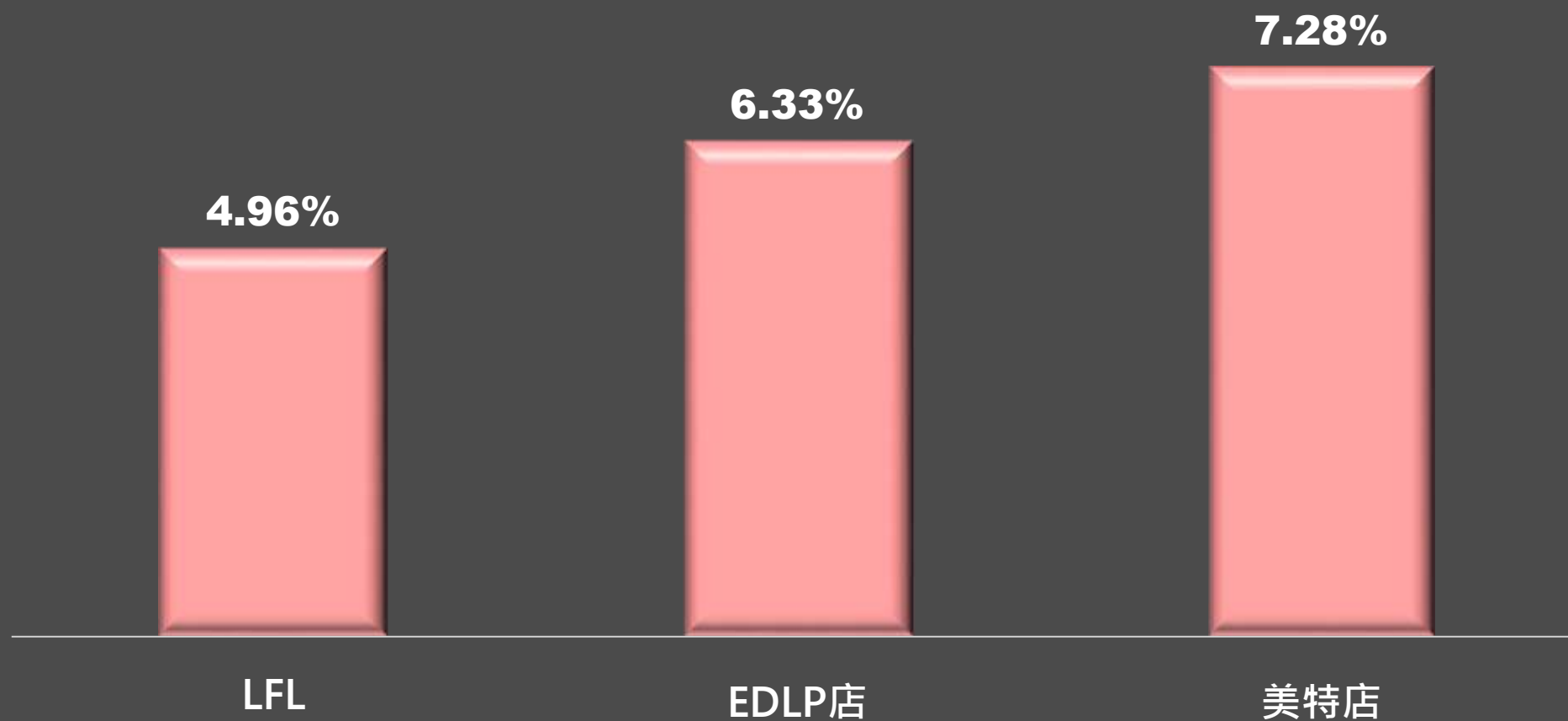
會員來客數與頻次穩定成長



*僅含1-9月美廉社營業數字非IFRS調整後合併營收

來客數成長

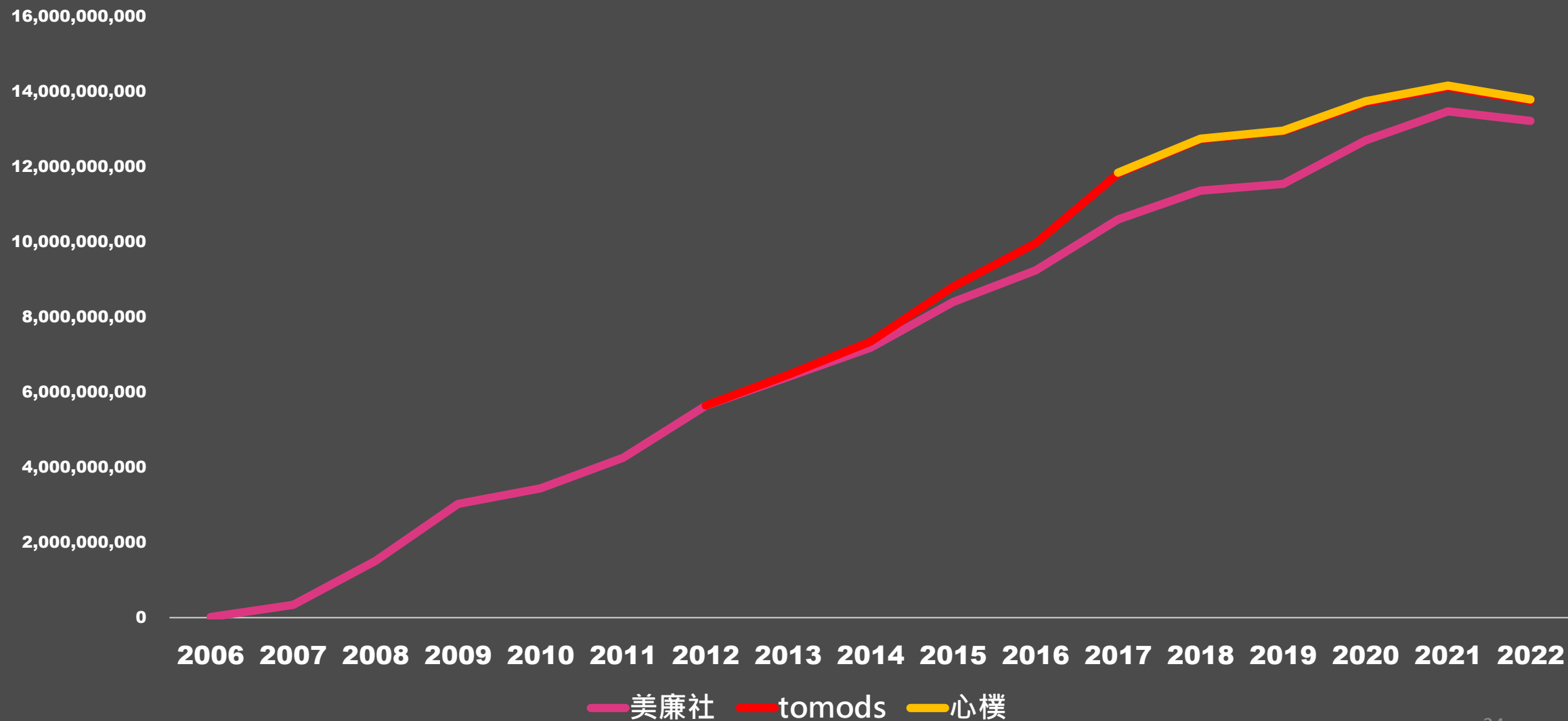
1-9月來客數

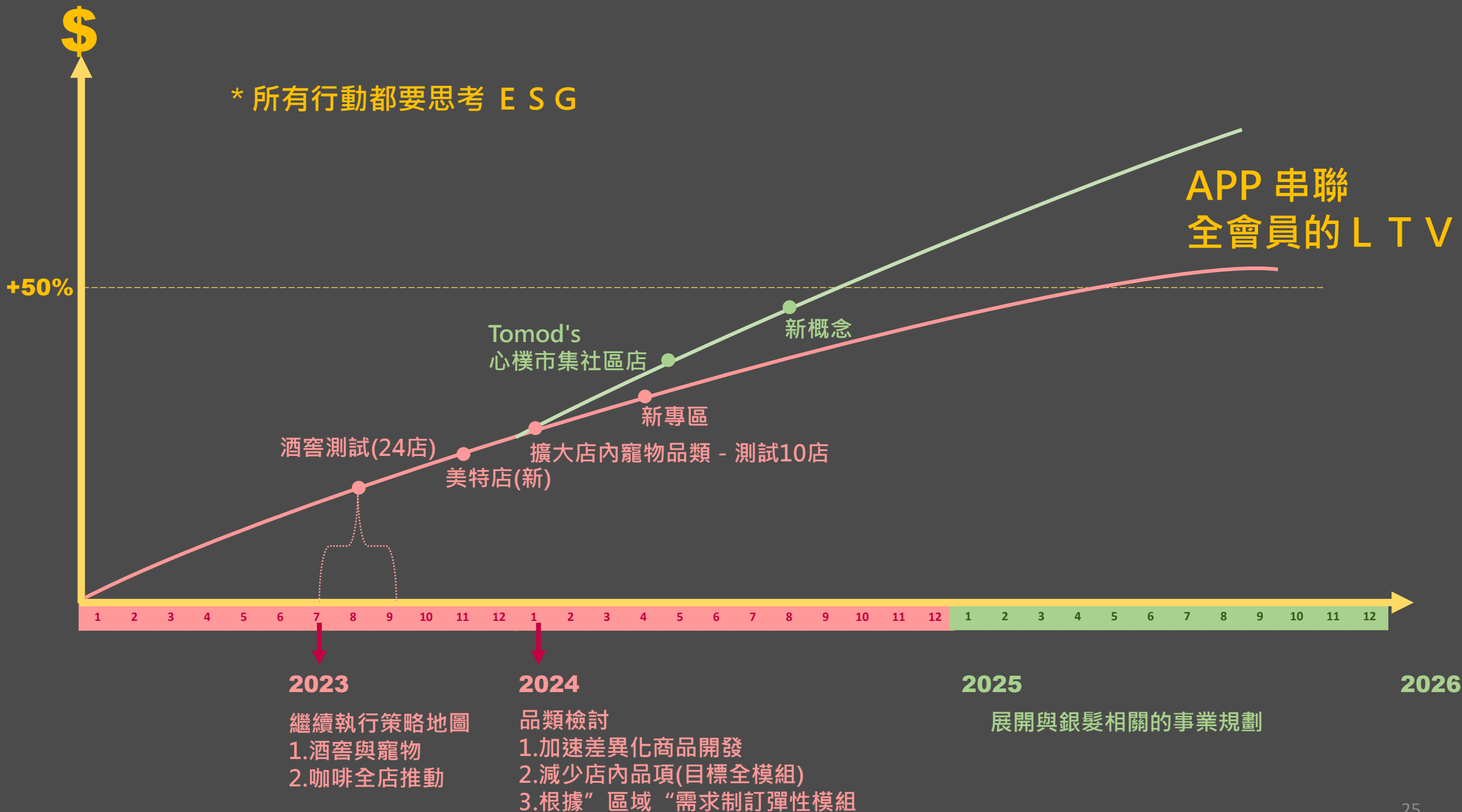




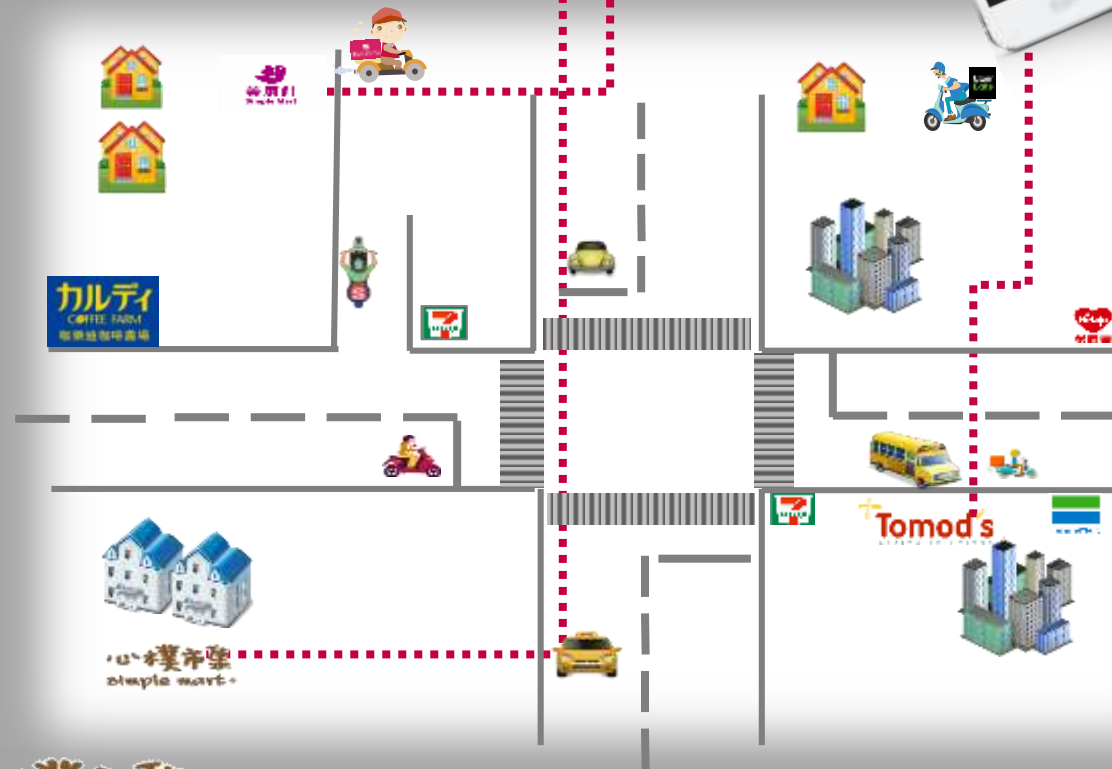


第二曲線





1. 中低所得社區為主要商圈
2. 滿足家庭基本民生需求
3. 菸酒、飲料、食品



1. 中高所得社區為主要商圈
2. 滿足健康飲食的家庭需求
3. 有機、履歷蔬果、進口食品、營養保健與銀髮相關商品



1. 社區外圍交通要道與便利商店比鄰
2. 滿足女性的個人需求(內到外的美)
3. 彩妝、進口食品、藥品與營養保健品

社區鄰居的儲藏室

店取 { **Line**社群
APP

到府 { **UBER**
Foodpanda



物流中心擴建

坪數增加**1,580**坪

板數增加**3,060**板

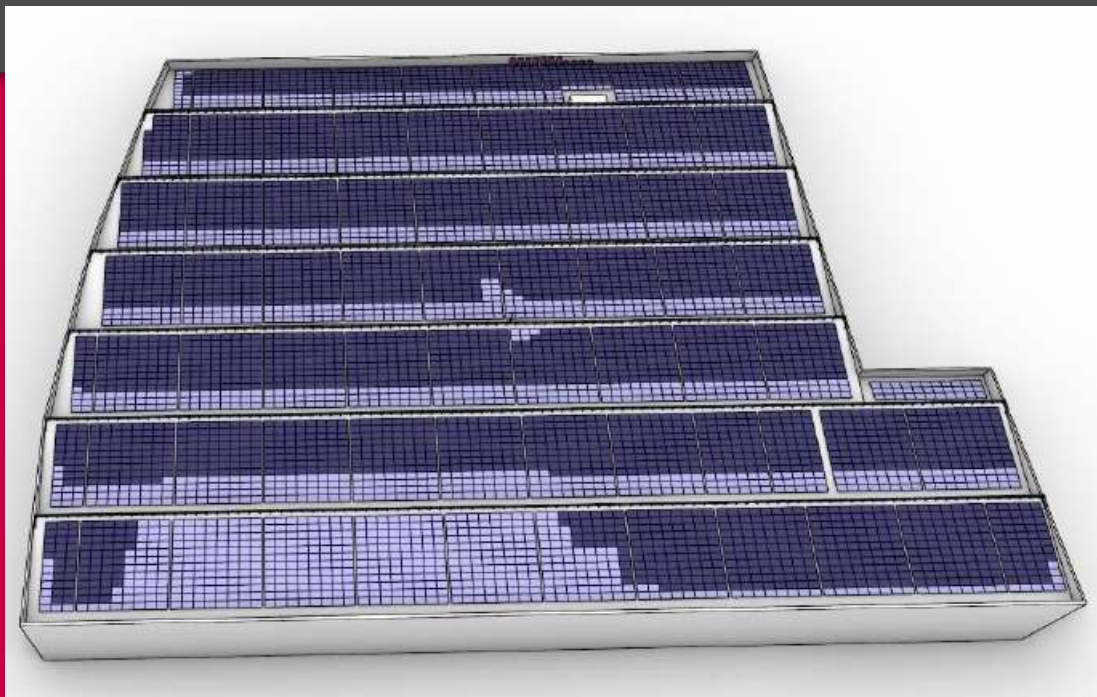
自動化設備(貨->人)

- 機器人四具
- 兩座自動滑道



預計**2024Q3**完工

太陽能發電



設置類型：屋頂型平鋪

預估裝置容量：2,500kW

預估發電產量：280萬度/年

預計碳排減少：139萬公斤/年

(依2022年電力排碳係數計算)

物流預估用電：57萬度/年

餘電尚在評估將轉供門市使用、售賣台電或售賣綠電市場



紙箱回收計畫

已回收

626噸

廢紙箱

將每間門市的廢棄紙箱回收
達到垃圾減量目標



空瓶回收計畫

已回收

1636萬

空玻璃瓶

配合環保政策顧客可持
玻璃瓶至任一門市回收



惜食政策

已搶救

11噸

即期商品

將即期良品定期捐贈
食物銀行創造「食循環」



Momo循環袋回收

已回收

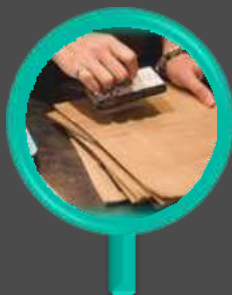
1172個

回收循環袋

全台美廉社為電商平台
momo循環袋回收站點



綠動不停 心球永續



心樸市集減塑計畫

已募集

28,170個

二手紙袋

以捐贈二手紙袋集點的活動
把減塑理念「袋袋相傳」



美廉社減塑計畫

已減少

92.22%

塑膠托盤及包裝盒

包裝雞蛋及糕點麵包、蔬果等商品的
塑膠包裝，減量後使用替代容器



美廉社減塑重量

已減少

33.62噸

門市減少塑膠重量

以替代容器包裝雞蛋及糕點麵包
蔬果等商品使塑膠用量實際降低



門市節能方案

已減少

15.5 噸

CO₂排放

門市採取節能行動方案(照明每天開啟18小時計算)
可節電30,478度



新開店節能計畫

已減少

33.84 噸

CO₂排放

新開店汰換高光效25W LED燈具一年有效降低
2890.8度電的使用



環保部環保集點計畫

參與

2658 筆

民眾參與筆數

美廉社參與環保部綠色商品環保集點
響應淨零環保綠生活



筆電回收愛計畫

參與

6 都

門市回收廢棄筆電

與技嘉科技子公司百事益合
作門市廢棄筆電回收計畫



綠動不停 心球永續



支援弱勢致力公益活動

2021~2023年已捐贈

2,614,269 元

2023年度公益夥伴為婦女救援基金會，倡議數位性暴力議題；長期致力於公益路跑賽事

小額綠電



綠電 1萬度1年期 (113年)

1. 得標度數(單一年度電量上限)：1萬度
2. 年期：1年期
3. 起迄年：113年
4. 案場名稱：太陽光電第三期計畫(彰化彰濱太陽光電新建工程),台南鹽田太陽光電發電站
5. 契約期間購電上限度數：1萬度
6. 憑證數量：10張

申請資訊

1. 申請門市：心樸四維
2. 預估年使用最大電量：310,000度
3. 預估節省碳排：4,950公斤(假設綠電0碳排)
4. 預估門市113年綠電占比：3%
5. 現行申請進度：已得標，時間電價變更申請中/合約簽約中，須待台電確認符合綠電適用資格



提升內部實力

品類調整→共15品類503品項

門市調整→優化與改裝147店



提升內部實力

品類調整→每月一個分類

門市調整→優化與改裝117店

連續5年貫徹不退貨：

多方共贏 →

供應商、消費者、物流商、

美廉社、地球



持續擴展1300店

從既有商圈延伸

- Tomod's
- 心樸市集

打擊通膨

- 進口高CP值商品
- 自有品牌商品

應用AI

- 控制成本
- 精準行銷

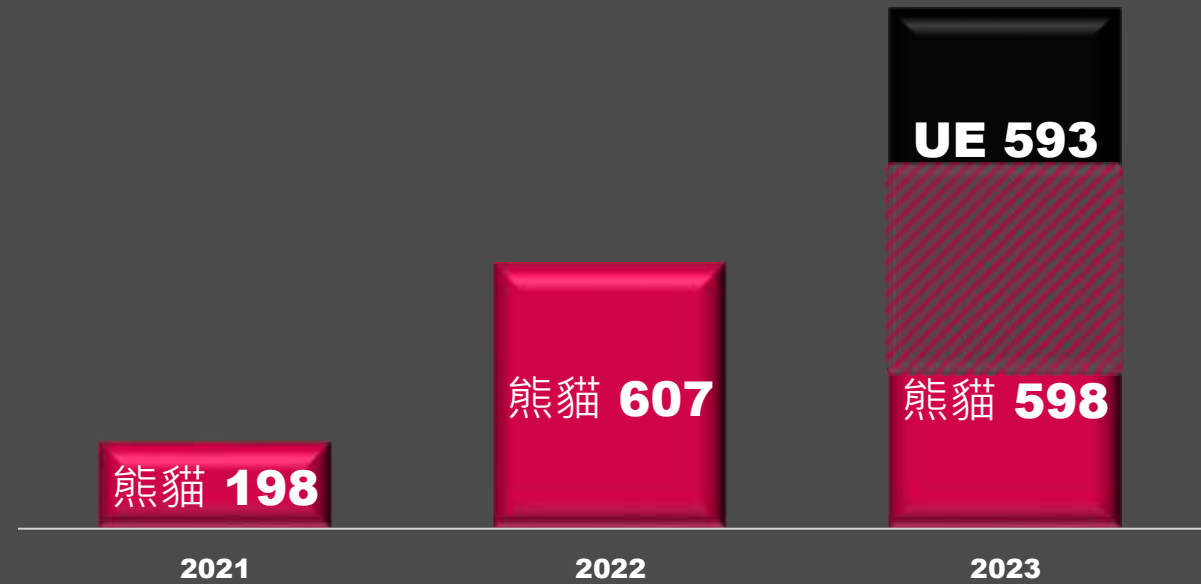
發展APP-邁向OmO全通路經營

整合會員(支付、點數、載具)

預購團購

寄杯(跨店取)

線上購物-Hybrid



QA

