



公司簡介

8454 TT/TW

2022年10月



免責聲明

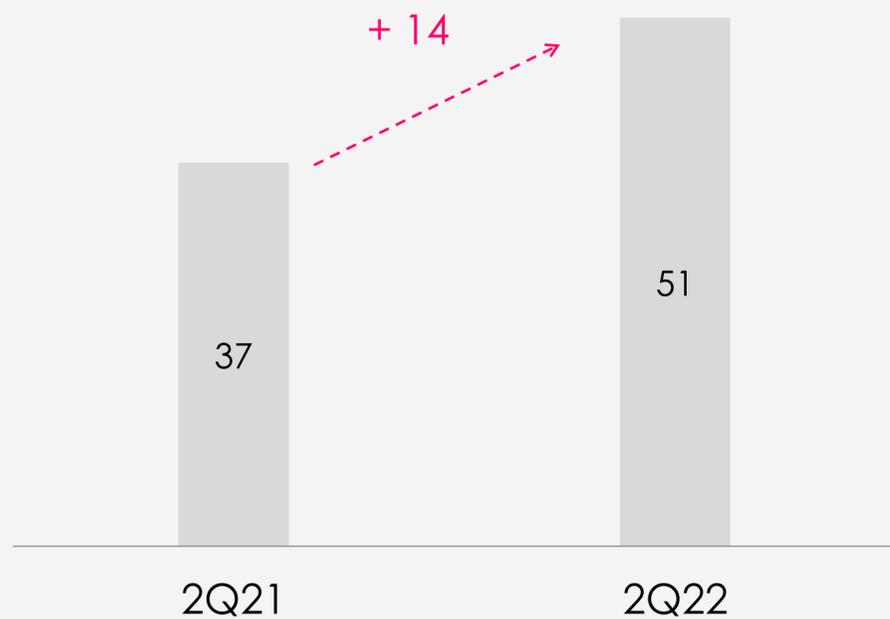
本簡報資料所提供之資訊，包含所有前瞻性的看法，將不會因任何新的資訊、未來事件、或任何狀況的產生而更新相關資訊。富邦媒體科技股份有限公司（本公司）並不負有更新或修正本簡報資料內容之責任。

本簡報資料中所提供之資訊並未明示或暗示的表達或保證其具有正確性、完整性、或可靠性，亦不代表本公司、產業狀況或後續重大發展的完整論述。

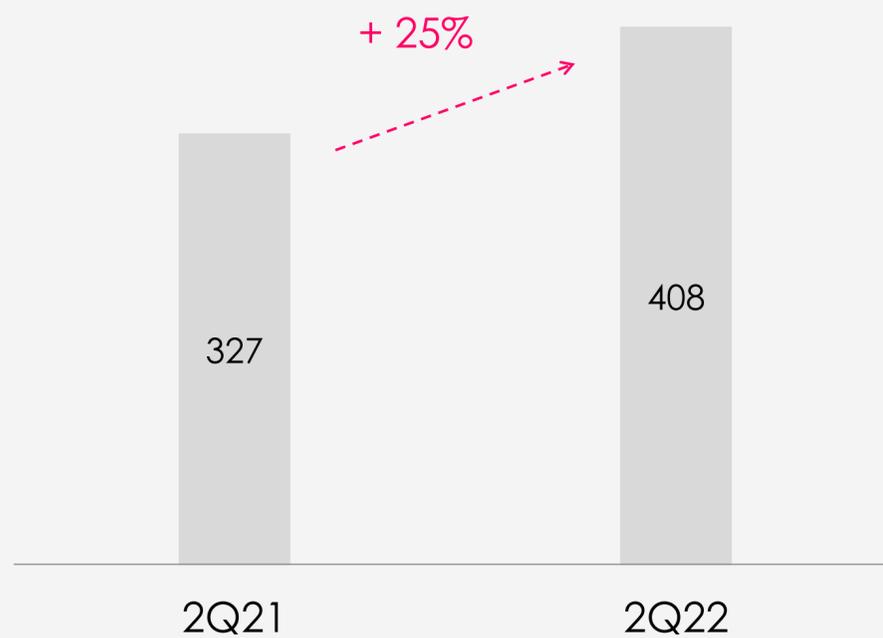
2Q22 Highlights



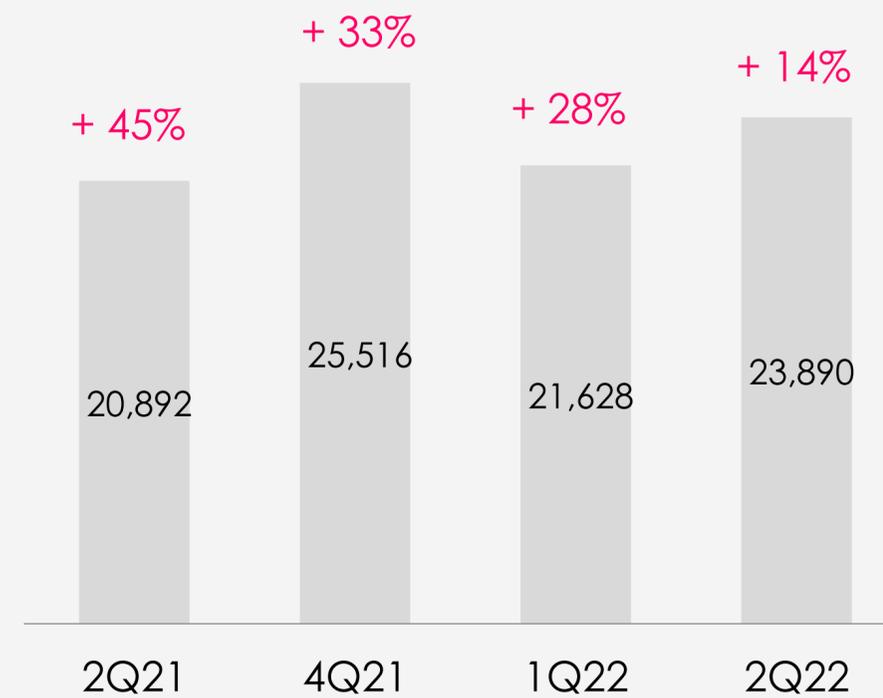
倉庫數量



總倉儲面積(千平方米)



歷史次高B2C營收



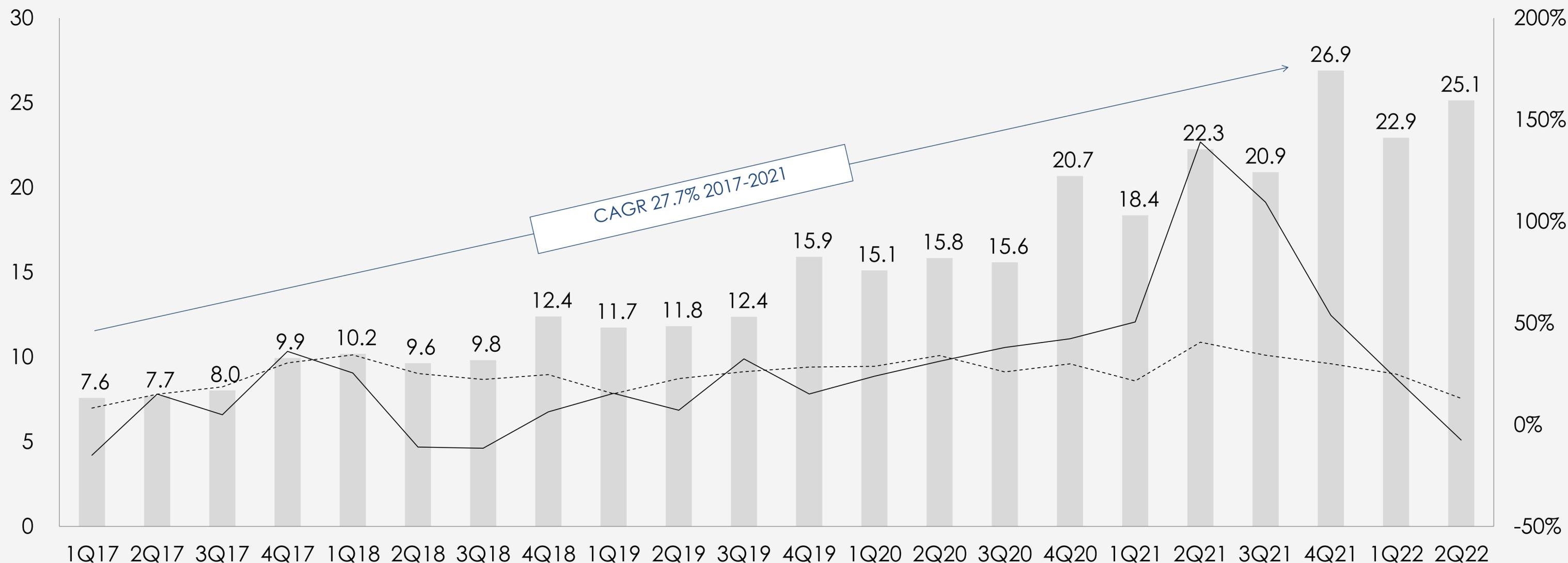
營業收入 & 營業淨利

■ 合併營收 (LHS)

--- 合併營收年增率 (RHS)

— 營業淨利年增率 (RHS)

(台幣:十億 / 年增率%)



2Q22 損益表



| 損益表(NT\$ 百萬) | 2Q22 | 2Q21 | YoY | 1H22 | 1H21 | YoY |
|----------------------------|---------------------|-----------|--------|---------------------|---------------------|-------|
| 營業收入 | 25,138.4 | 22,258.3 | 12.9% | 48,075.9 | 40,619.5 | 18.4% |
| 商品毛利 | 3,669.3 | 3,247.3 | 13.0% | 7,106.9 | 6,054.6 | 17.4% |
| 營業成本 | (1,190.4) | (978.1) | 21.7% | (2,252.6) | (1,888.2) | 19.3% |
| 營業毛利 | 2,478.9 | 2,269.2 | 9.2% | 4,854.3 | 4,166.4 | 16.5% |
| 營業費用 [^] | (1,459.6) | (1,167.2) | 25.1% | (2,796.2) | (2,218.5) | 26.0% |
| 營業淨利 | 1,019.2 | 1,102.0 | -7.5% | 2,058.1 | 1,947.9 | 5.7% |
| 歸屬於母公司業主稅後純益 | 832.1 | 884.9 | -6.0% | 1,657.6 | 1,665.4 | -0.5% |
| 每股盈餘 ^{^^} | 3.81 | 4.05 | -5.9% | 7.59 | 7.62 | -0.5% |
| 還原一次性損益每股盈餘 ^{^^^} | 3.53 ^{^^^} | 4.05 | -12.8% | 7.31 ^{^^^} | 7.17 ^{^^^} | 2.0% |

[^]營業費用包括其他收益及費損淨額

^{^^}流通在外股數總計218.49百萬股

^{^^^} 2Q22一次性利益NT\$60百萬為處分投資利益；1H21一次性利益NT\$99.6百萬，包括NT\$99.1百萬處分投資利益

| Key ratios (%) | 2Q22 | 2Q21 | 1H22 | 1H21 |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Take rate | 14.6% | 14.6% | 14.8% | 14.9% |
| Gross margin from operations | 9.9% | 10.2% | 10.1% | 10.3% |
| EBITDA margin | 5.2% | 6.0% | 5.4% | 5.9% |
| Operating margin | 4.1% | 5.0% | 4.3% | 4.8% |
| Net margin | 3.3% | 4.0% | 3.4% | 4.1% |

營業收入

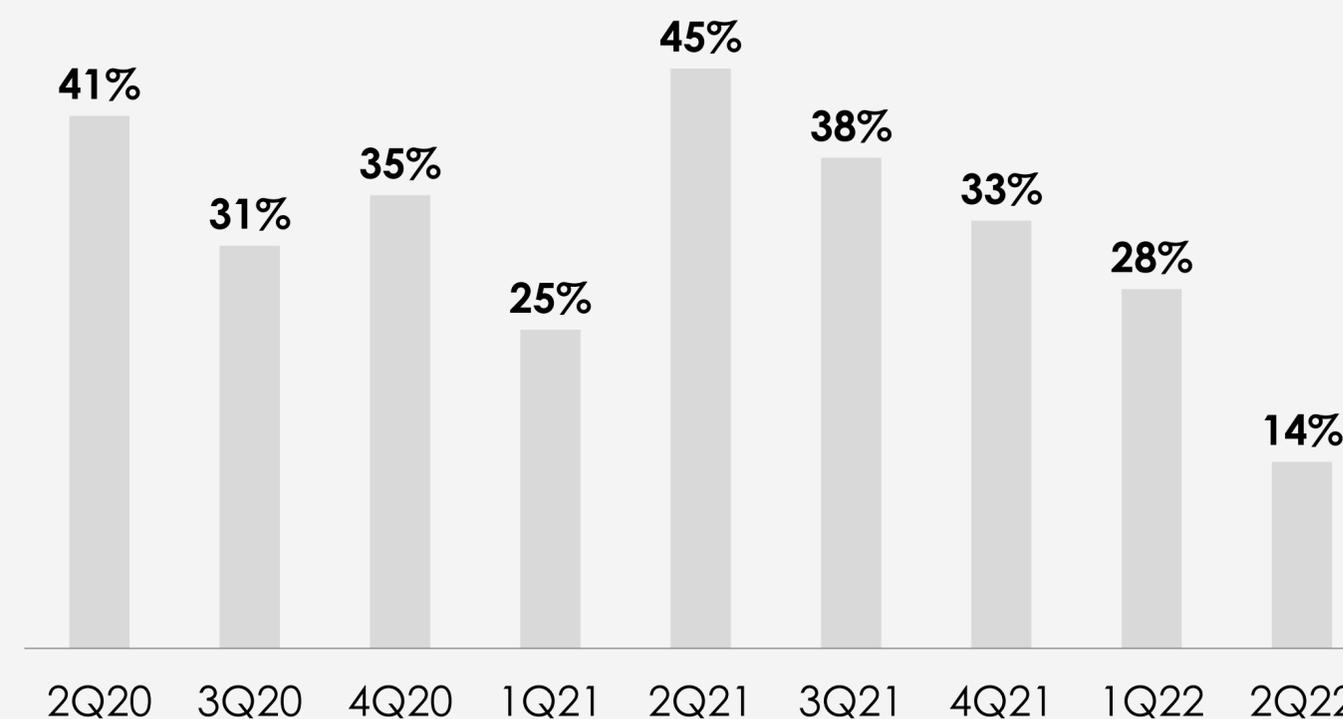
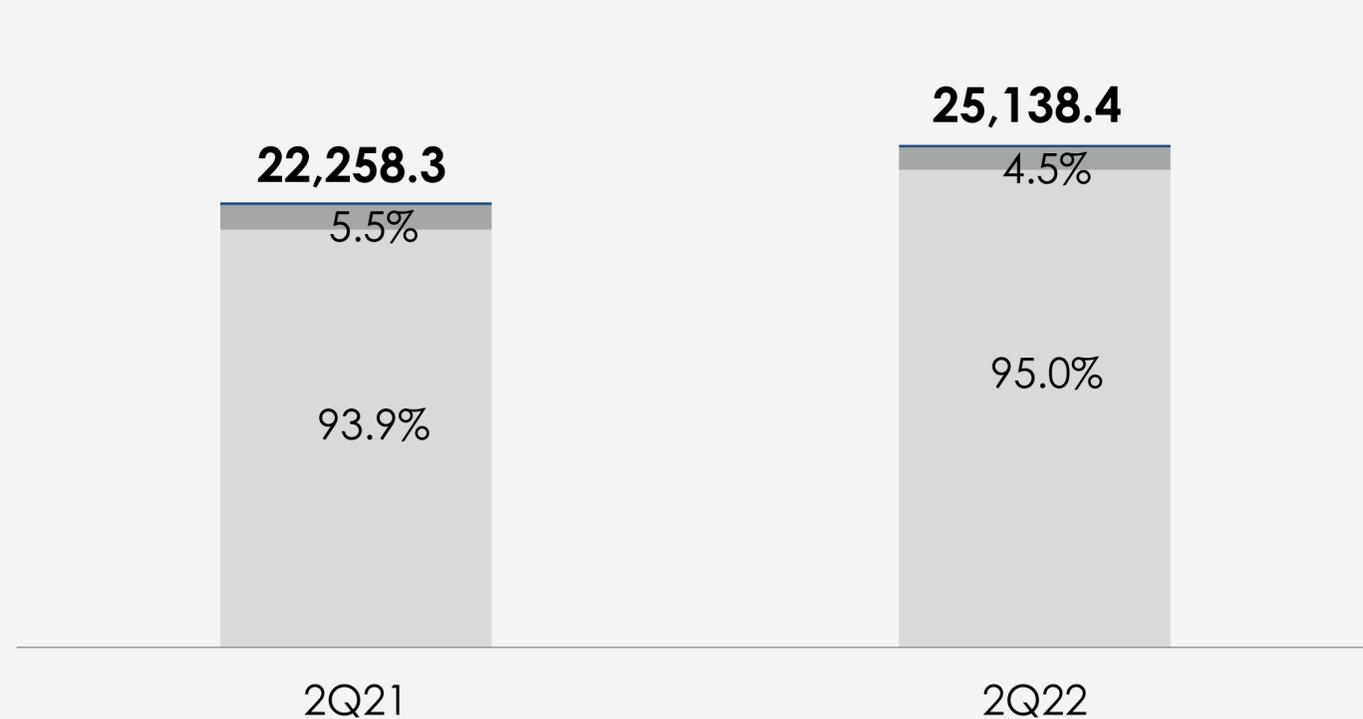


合併營收年增13%

B2C營收年增14%

■ 網路購物 ■ 電視購物 ■ 其他*

(台幣:百萬)



*型錄: 0.4% / 其他: 0.1% (佔合併營收比重)

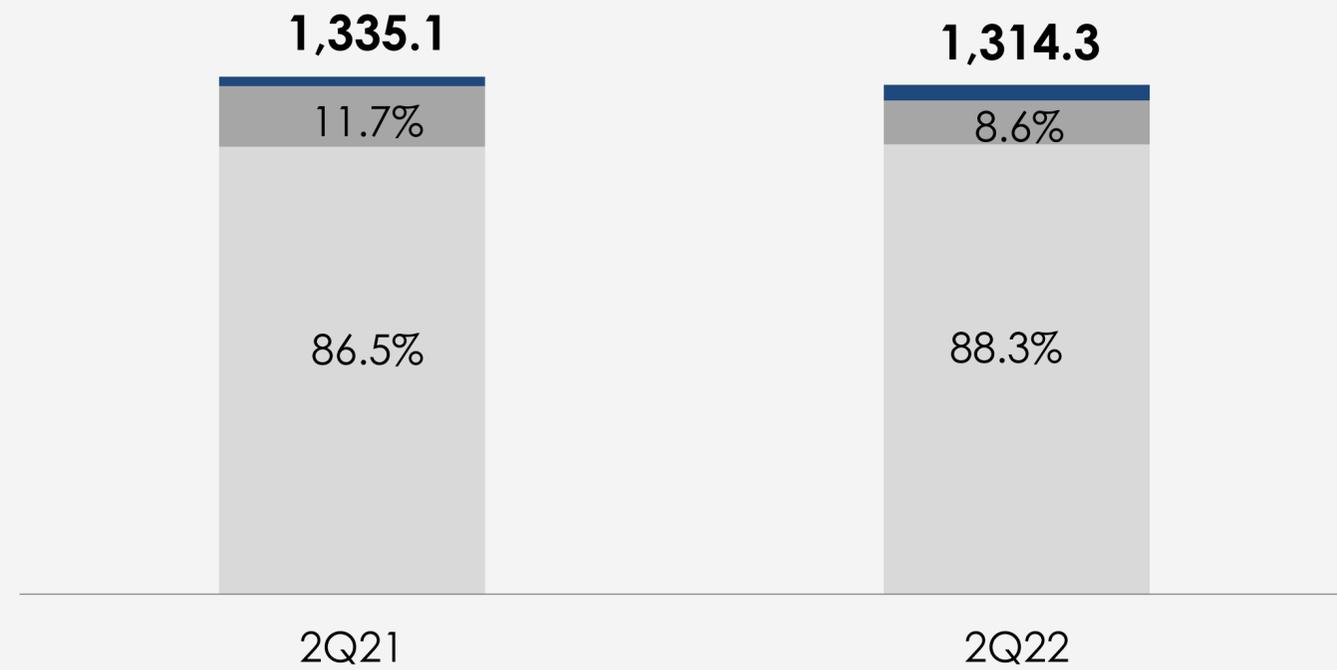
EBITDA



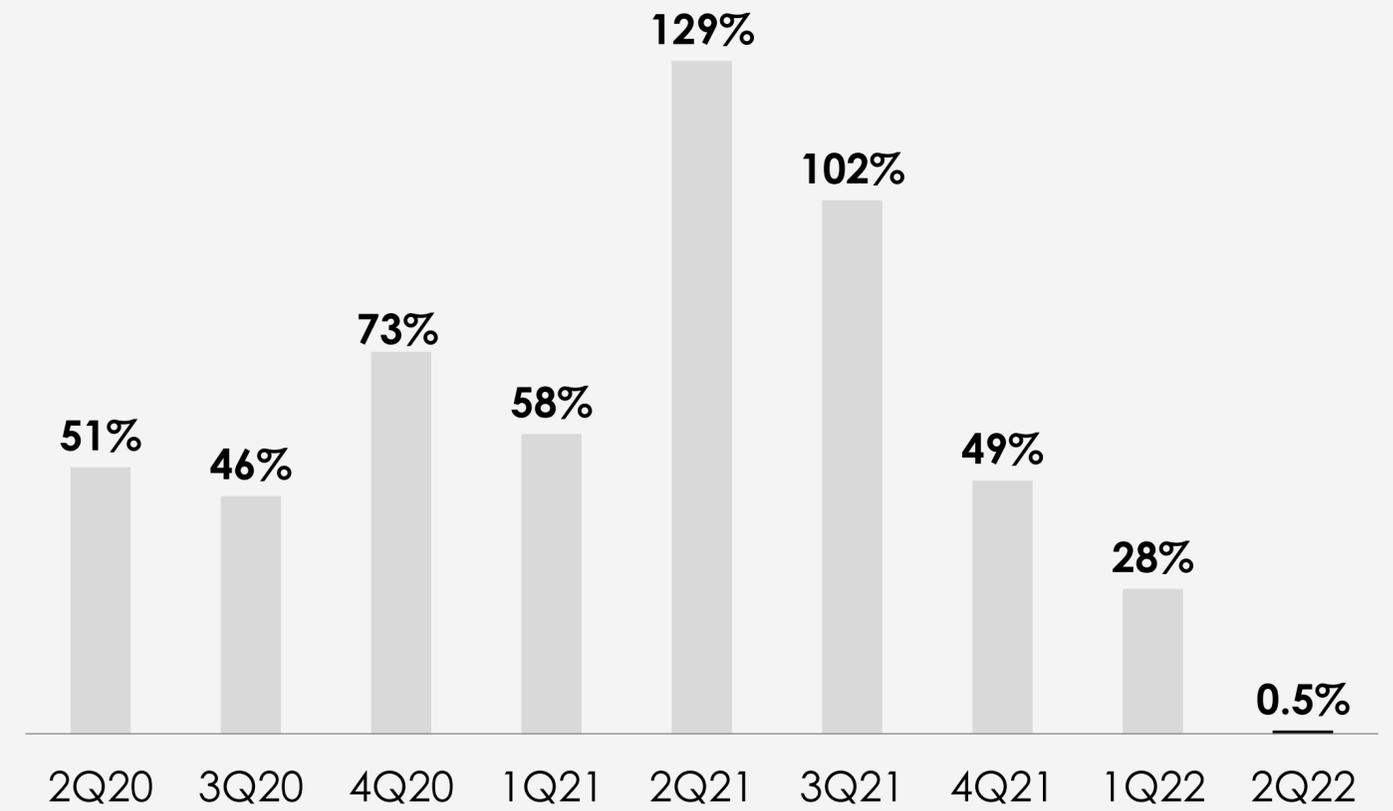
合併EBITDA年減1.6%

■ 網路購物 ■ 電視購物 ■ 其他*

(台幣:百萬)

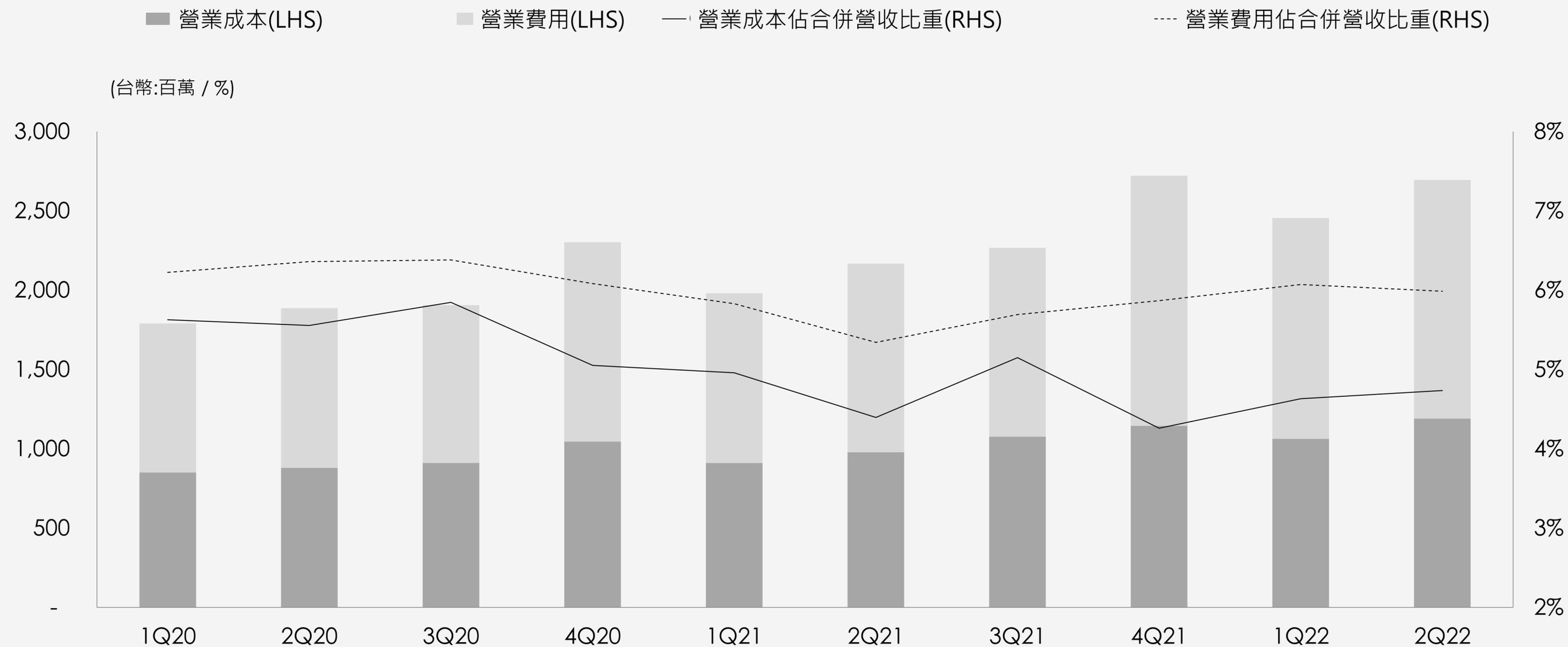


B2C EBITDA 年增0.5%



*型錄: 0.7% / 其他: 2.4% (佔合併EBITDA比重)

持續追求長期規模經濟效益



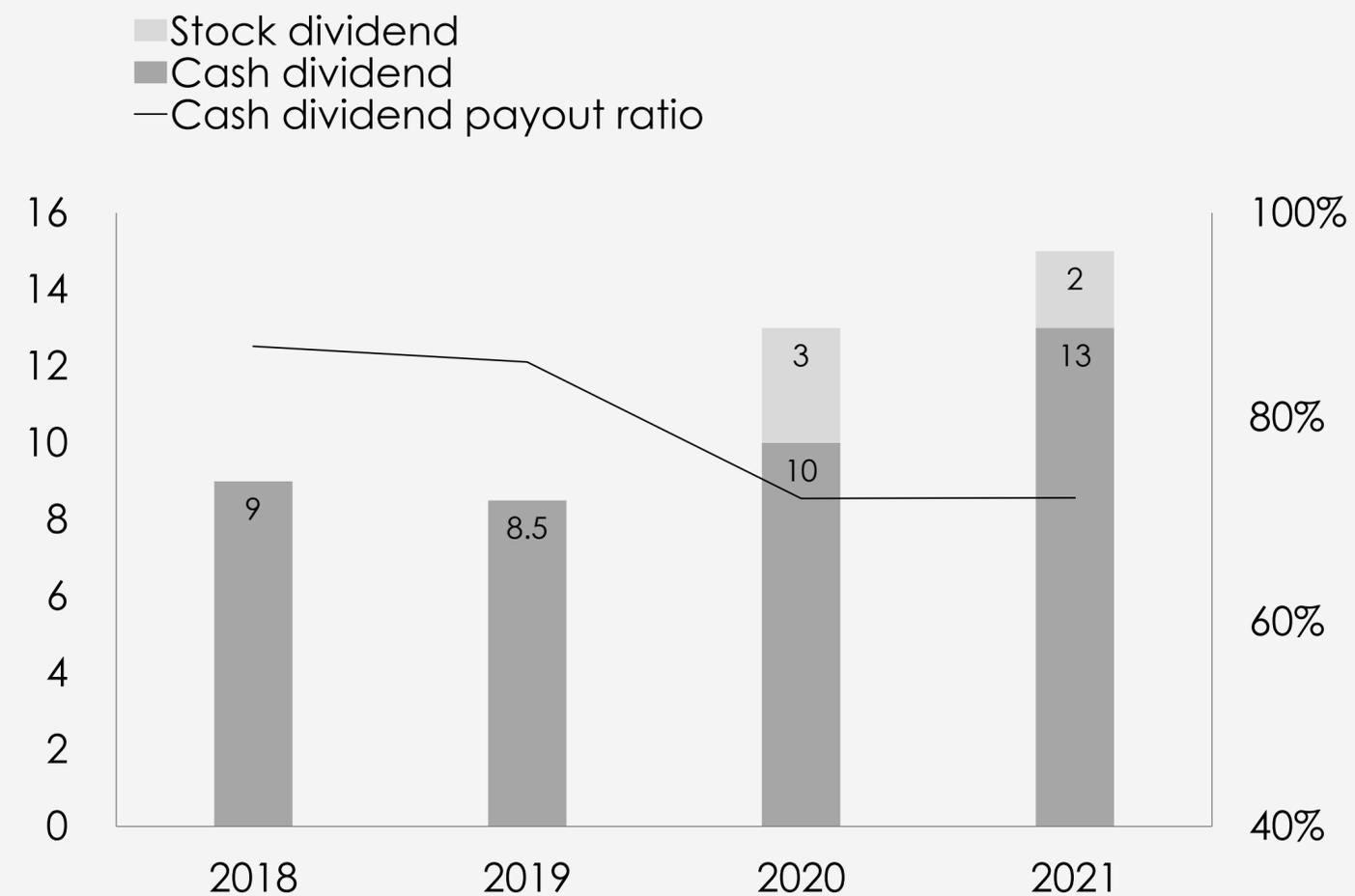
資產負債表

| (NT\$百萬) | 2022/6/30 | 2021/6/30 |
|-----------|-----------|-----------|
| 現金及約當現金 | 8,662.1 | 9,813.0 |
| 應收帳款 | 286.5 | 156.1 |
| 其他應收款 | 1,750.0 | 1,268.5 |
| 存貨 | 3,471.2 | 2,241.8 |
| 流動資產總計 | 14,876.4 | 13,994.7 |
| 採用權益法之投資 | 569.5 | 768.3 |
| 不動產、廠房及設備 | 6,899.5 | 4,766.1 |
| 其他非流動資產 | 3,403.7 | 2,123.1 |
| 非流動資產總計 | 10,872.7 | 7,657.5 |
| 資產總計 | 25,749.1 | 21,652.2 |

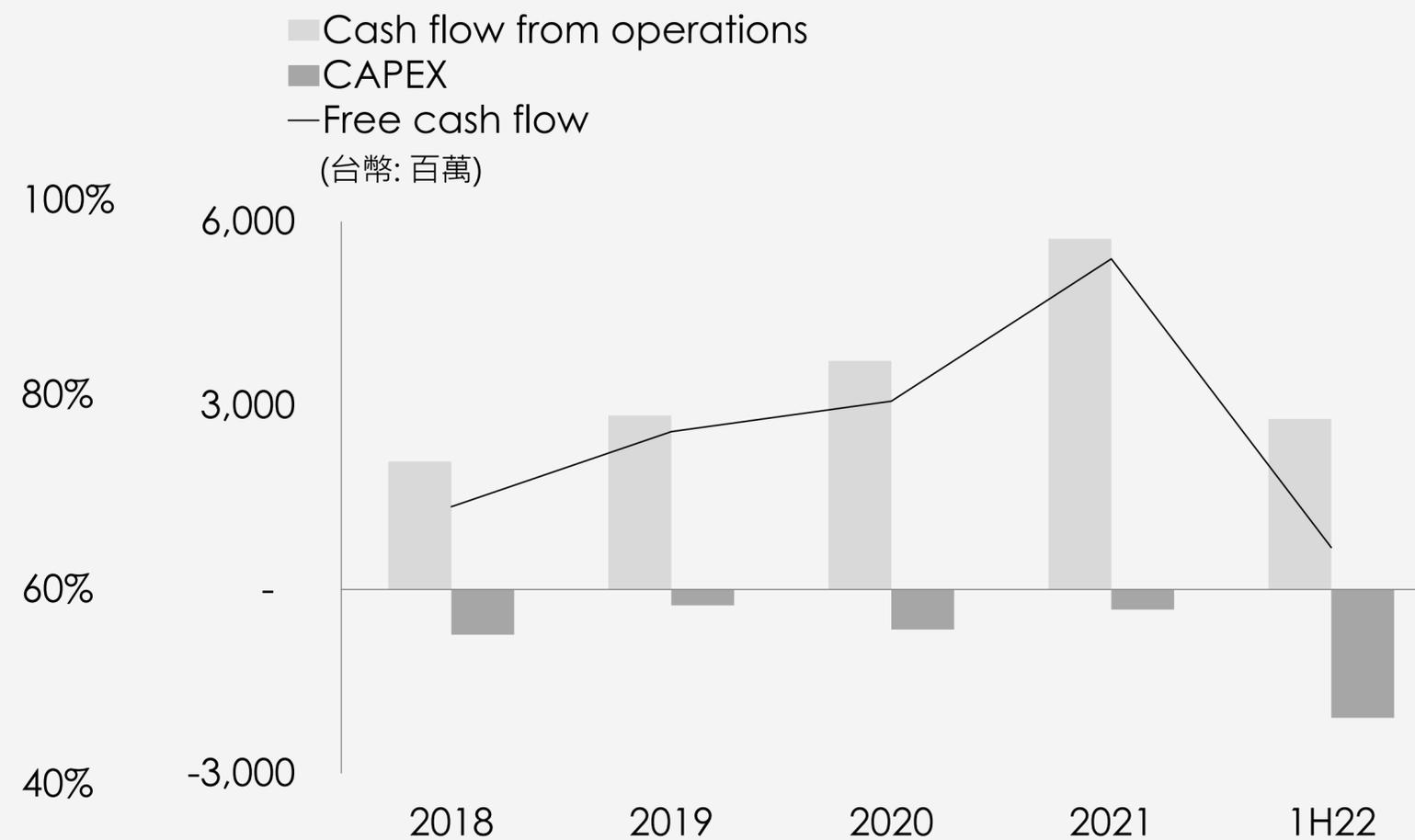
| (NT\$百萬) | 2022/6/30 | 2021/6/30 |
|----------|-----------|-----------|
| 應付帳款 | 9,732.5 | 8,958.8 |
| 其他應付款 | 3,449.2 | 2,359.1 |
| 其他流動負債 | 2,359.0 | 1,700.4 |
| 非流動負債總計 | 2,060.3 | 1,444.1 |
| 負債總計 | 17,601.0 | 14,462.4 |
| 普通股股本 | 2,184.9 | 1,820.8 |
| 資本公積 | 2,262.3 | 2,446.4 |
| 保留盈餘 | 3,806.1 | 3,083.5 |
| 其他權益 | (105.2) | (160.9) |
| 權益總計 | 8,148.1 | 7,189.8 |

歷年盈餘分配情形及現金流量

歷年盈餘分配



現金流量



資本支出

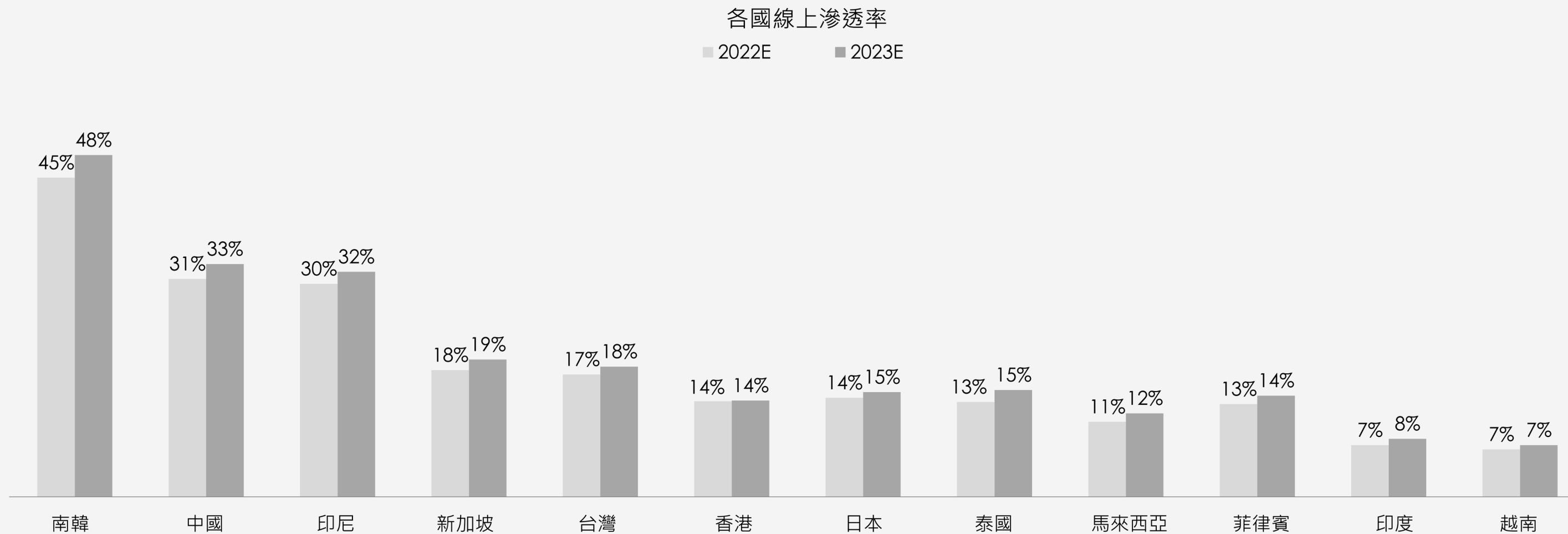
| 資本支出 (NT\$百萬) | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2Q22 | 2022F |
|---------------|----------------|--------------|--------------|--------------|----------------|--------------|----------------|
| 物流中心 | 760.2 | 70.8 | ^628.1 | 1.1 | *3,943.6 | 2.9 | **2,450.2 |
| IT 設備 | 80.7 | 90.6 | 172.1 | 107.2 | 113.9 | 64.6 | 368.0 |
| 倉儲 | 121.1 | 89.2 | 172.4 | 128.4 | 236.8 | 68.3 | 905.2 |
| 其他 | 56.6 | 20.8 | 10.3 | 33.9 | 74.3 | 10.2 | 135.9 |
| 總額 | 1,018.6 | 271.3 | 982.9 | 270.6 | 4,368.6 | 145.9 | 3,859.3 |

^ 628: 南區物流中心土地

* 2,622: 南區物流中心建造及相關費用 + 1,321: 中區物流中心土地

**2,450: 中區物流中心建造及相關費用

台灣線上滲透率仍低於其他國家

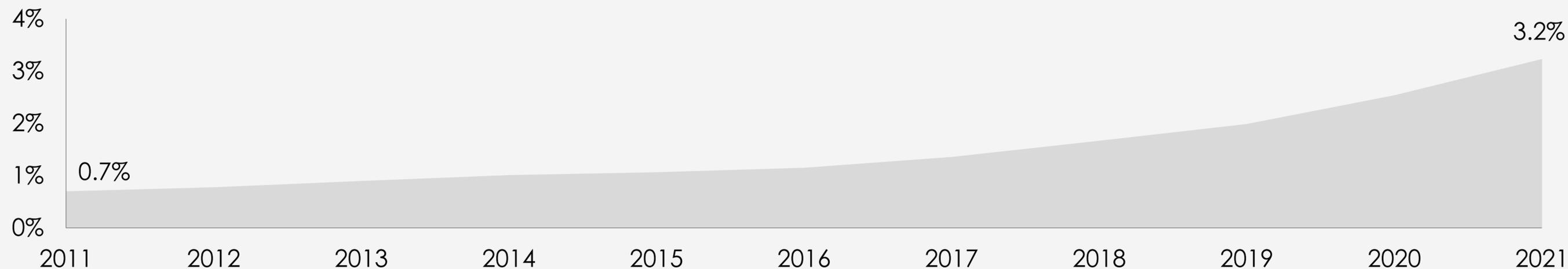


資料來源: Euromonitor

momo 擁有龐大的整體潛在市場/TAM



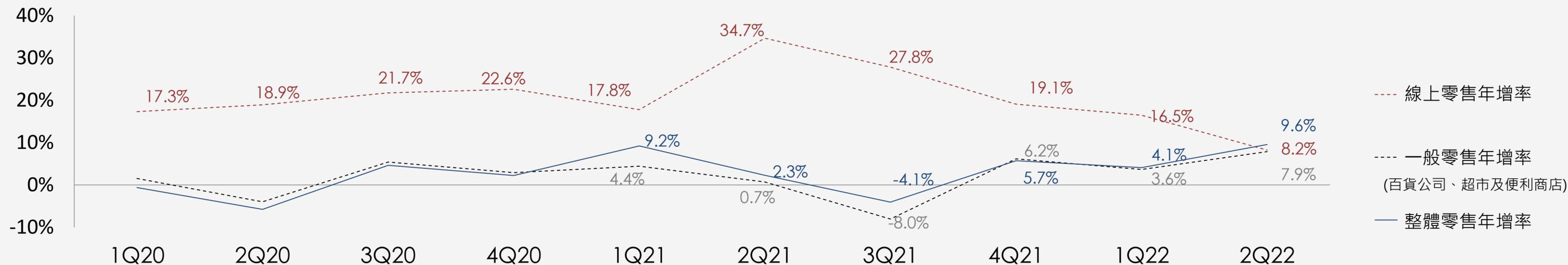
momo 占臺灣整體零售市場市佔*



資料來源:經濟部統計處

* 整體零售額排除部分燃料、汽機車、建材及菸草之營業額

臺灣整體零售



資料來源:經濟部統計處

2Q22 B2C產品組合

B2C (95%)

累積註冊會員11.4百萬 (年增8.2%)

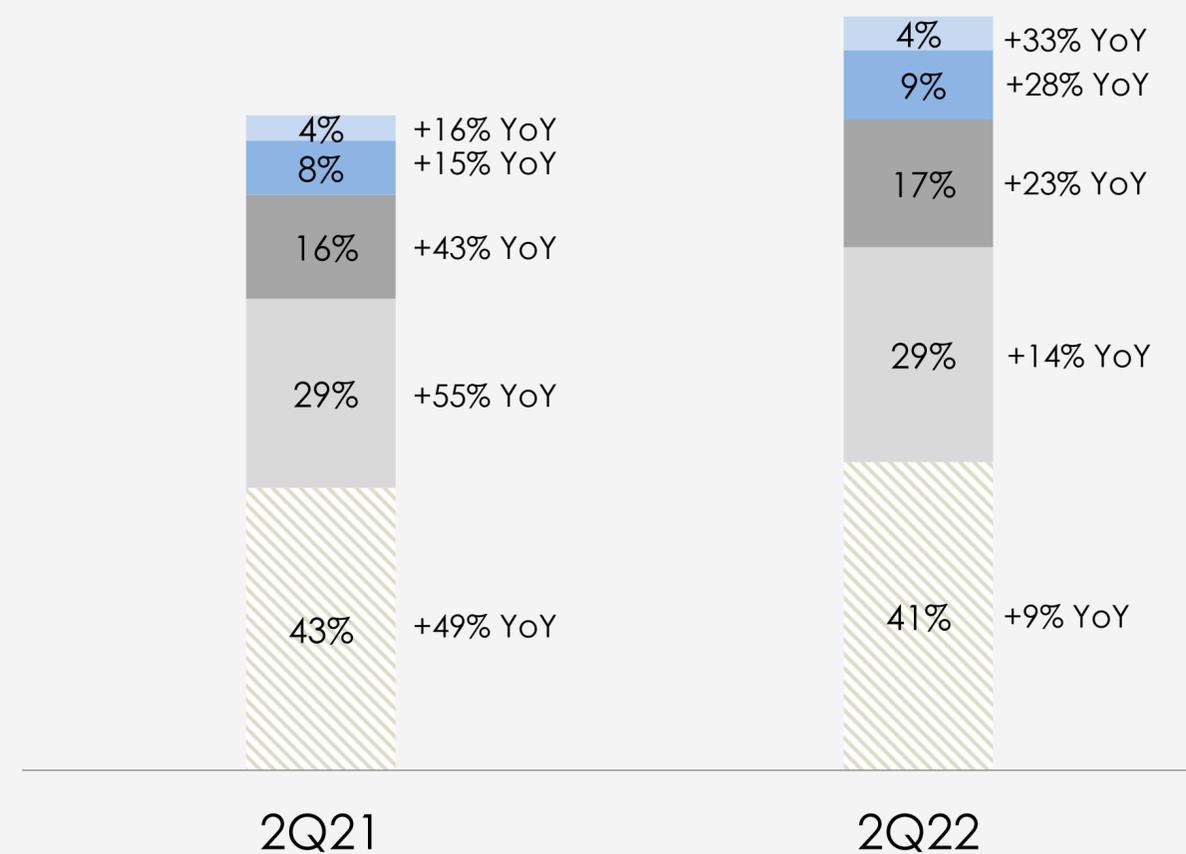
65% 女性 : 35% 男性

25-54歲，佔比消費者組合~80%

~ 2.4萬個品牌 (年增15%)

2022: 4百萬個SKU (年增16%)

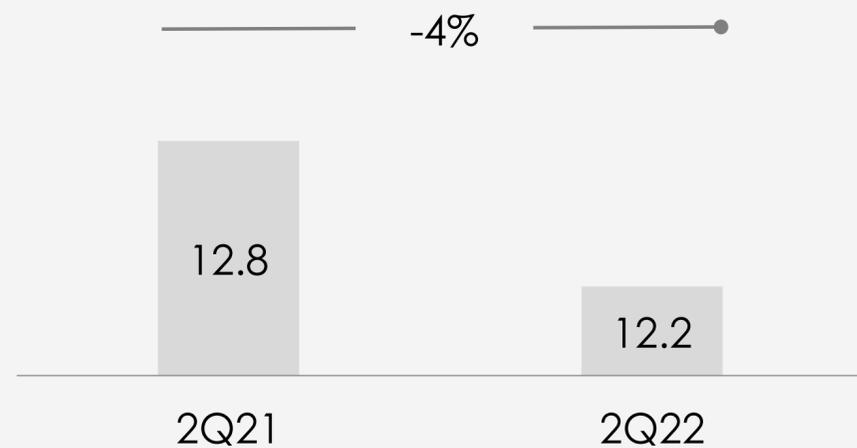
- 3C家電
- 美妝保健
- 運動休閒
- 居家生活
- 流行精品



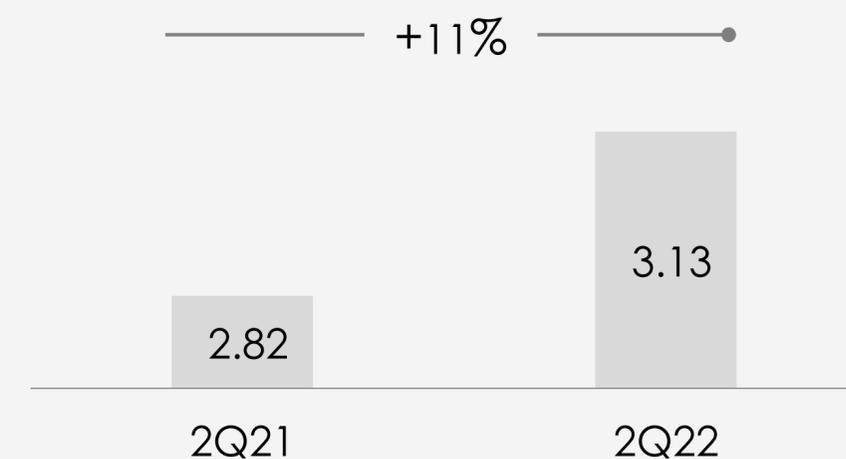
B2C致力於提升獲客能力、消費者黏著度及購買頻率



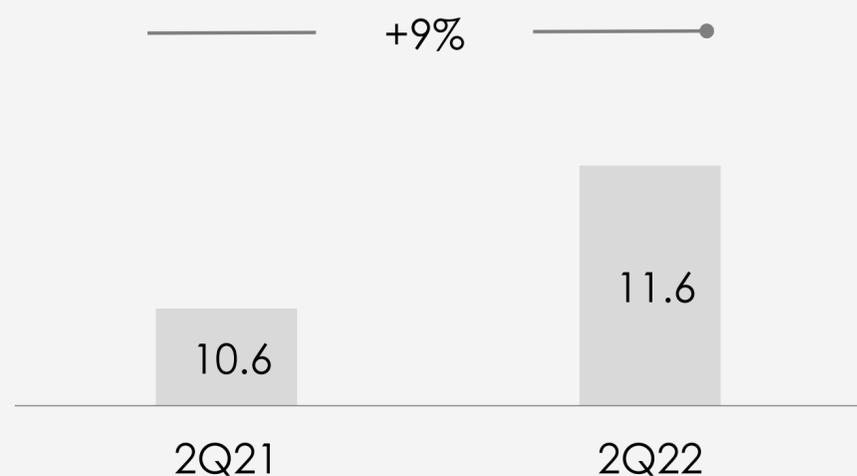
平均每月不
重複訪客
(百萬)



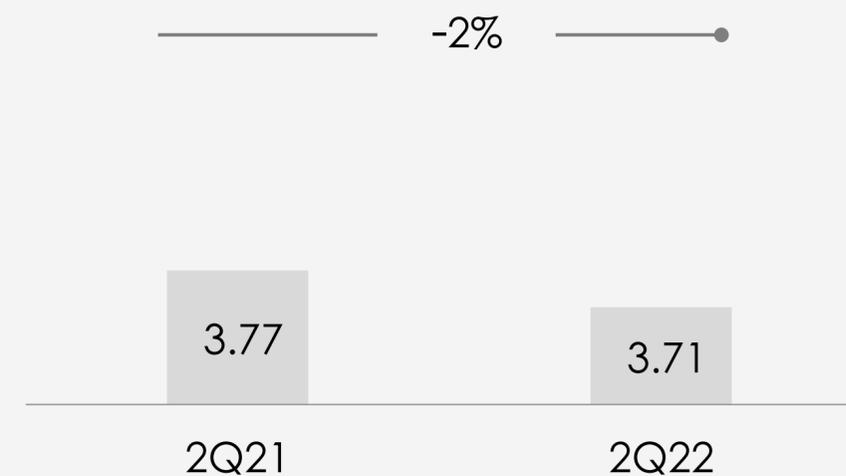
有購會員
(百萬)



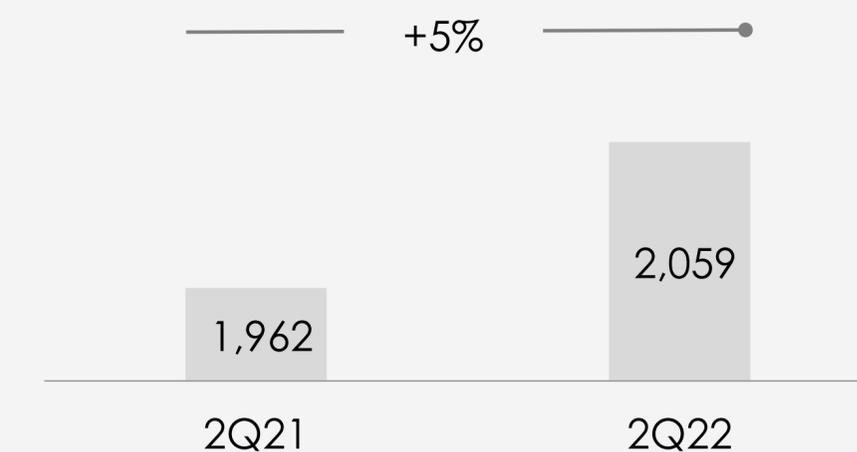
總交易訂單
數量
(百萬)



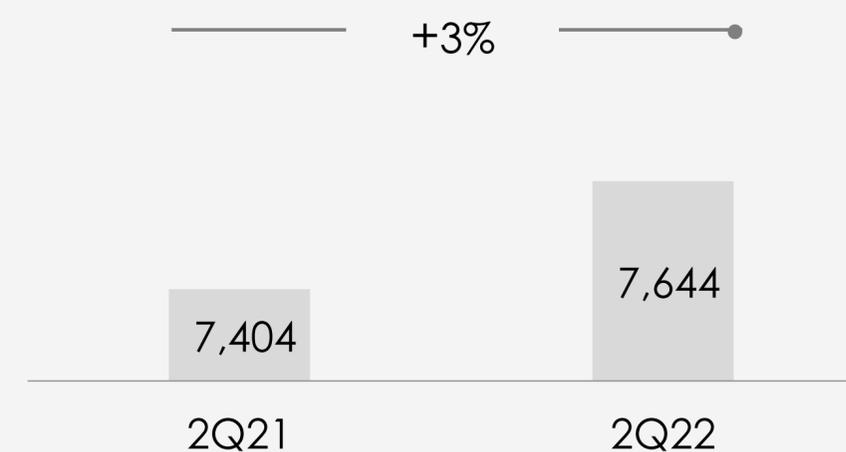
每位消費者平均
購買頻率
(次數)



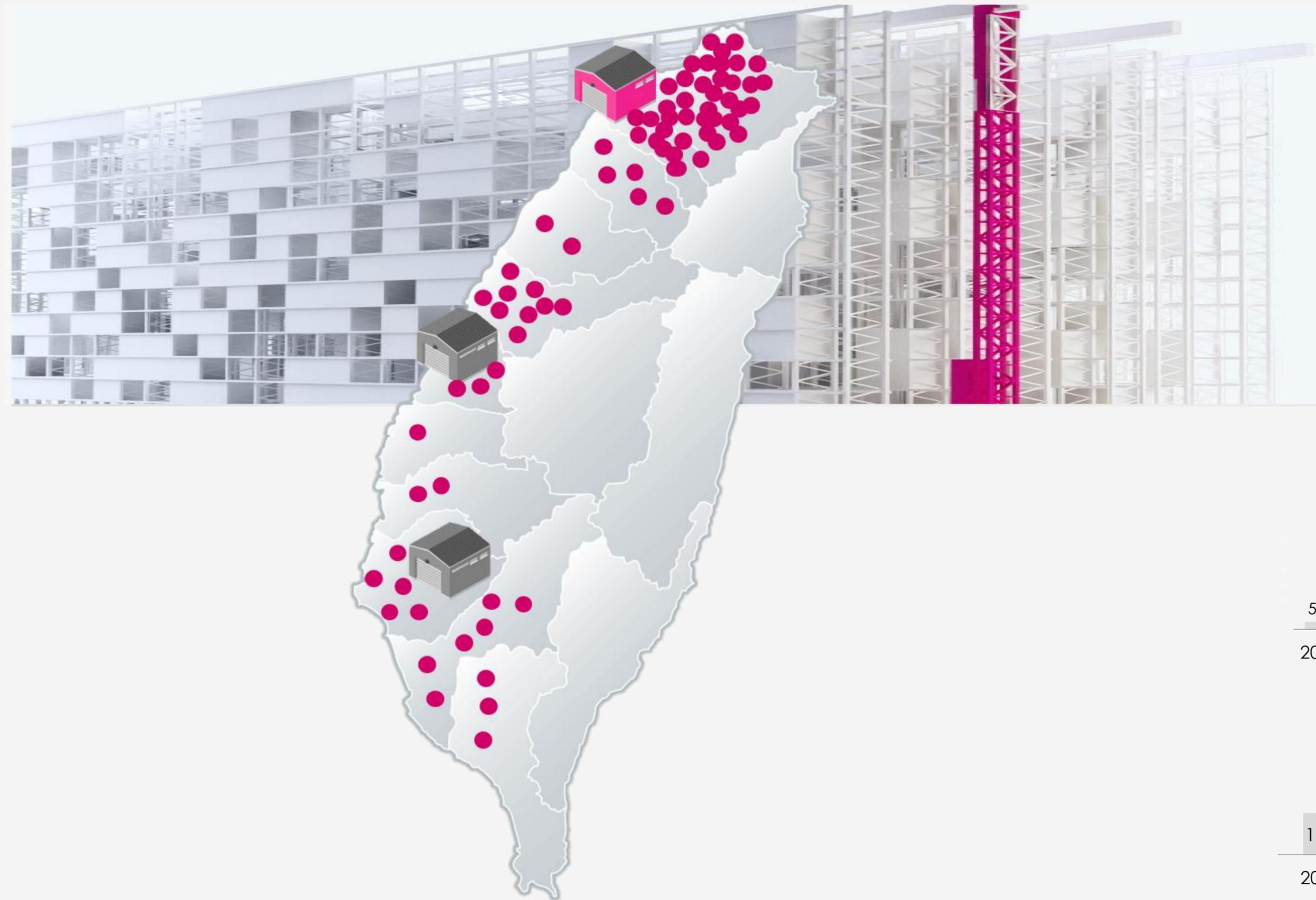
平均訂單金額
(台幣:元)



每位用戶平均
貢獻收入
(台幣:元)



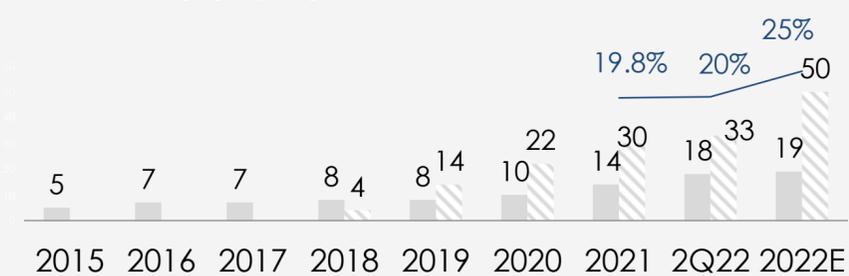
SDC, CDC 加速驅動中南台灣最後一哩路的配送服務



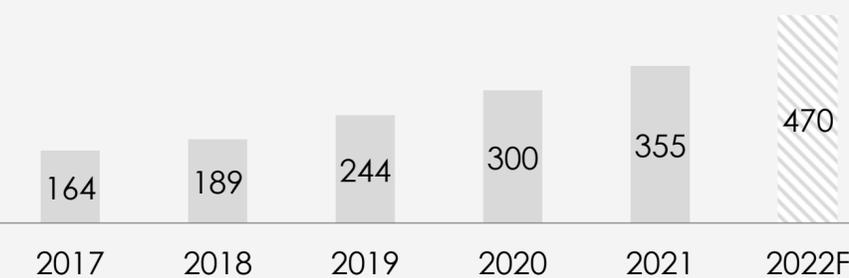
The automated logistics distribution center in Taiwan

- ASRS
- Shuttle Racks
- Automatics Merge System
- Digital Sorting System
- Conveyor Systems
- AGV

■ 主倉數
 ▨ 衛星倉數
 — 自有物流比例



總倉儲面積 (千平方米)



ESG – 企業永續

- 北區物流中心太陽能發電 2021 年累積發電量 **1,337,034 度**
- 導入替代性能源之電動機車；綠色物流與低碳運輸每月合計減少 **26.40 公噸 CO2e** 
- 紙箱採用 **100%**再生紙漿製造&紙箱外觀圖樣從 2020 年的印刷面積低於 50%至 2021 年再降低少於 **30%** 
- 包裝袋採用 **30%**回收料製造&減少印刷面積低於包裝袋總面積 **20%**以下；以 2021 年使用 420 萬個計算，30%回收料約可減少 **126 萬個包裝袋的原生材料**使用；預計於 2022 年可用破壞袋出貨商品將全面使用環保分解袋 
- 自營進口商品採**綠色包裝原箱**出貨成效達 **41%**
- 導入添加 20%再生料的環保循環袋出貨，2021 年平均回收率為 **14%**

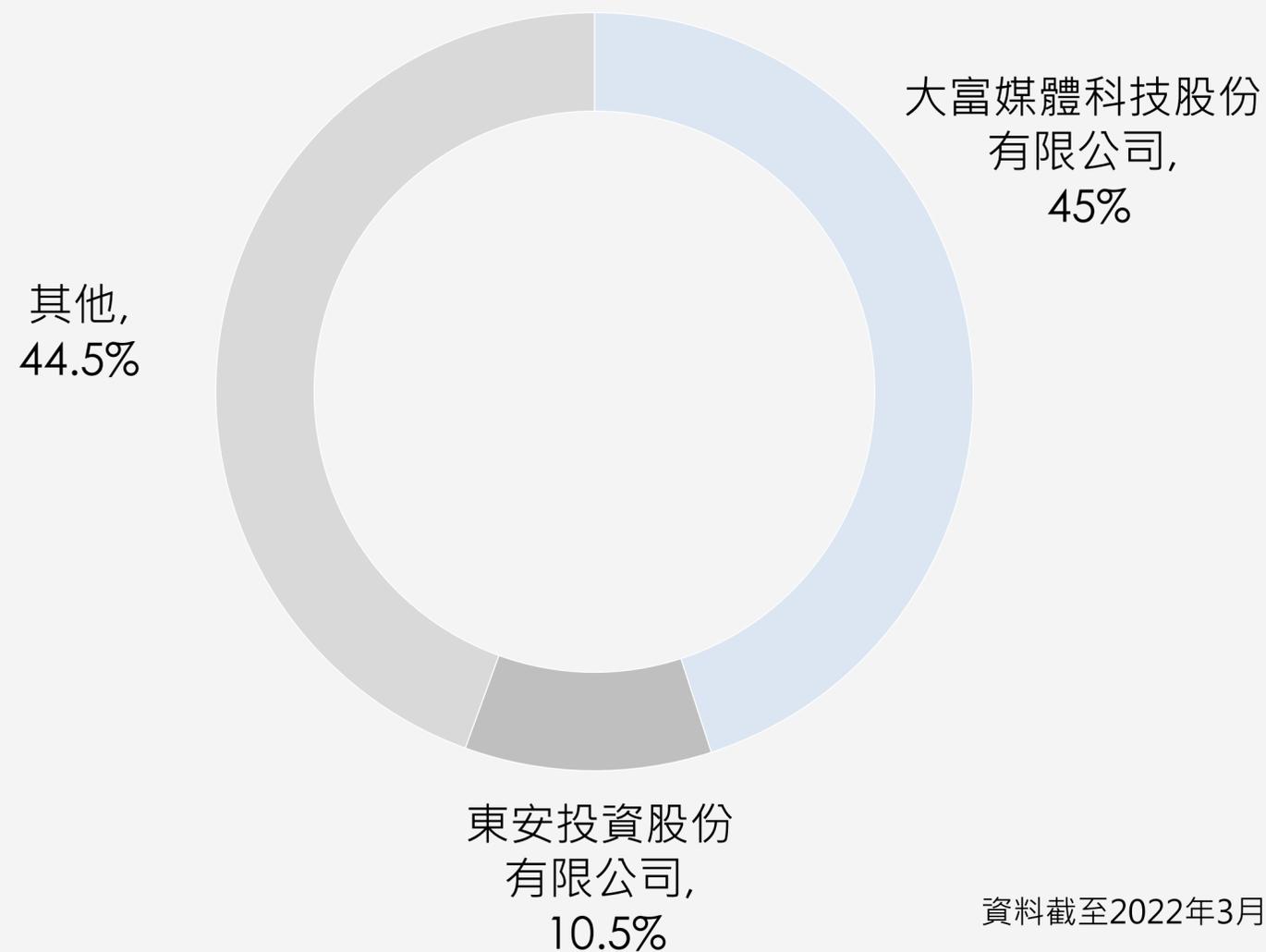
獎項與肯定

- 連續 6 年度獲得證基會辦理之公司治理評鑑 Top 5%
- 入選臺灣永續指數成分股
- 入選臺灣中型 100 指數成分股

股權結構



股權結構



相關資訊

| | |
|-------------|-------------------|
| 股票交易所 | 台灣證券交易所 |
| 上市第一個交易日 | 2014年12月19日 |
| 承銷價 | 台幣230元 |
| 總流通在外股數 | *218,491,260 |
| 已發行股本 | TWD 2,184,912,600 |
| * 包括待分配股票股利 | |

資料截至2022年6月

