



公司簡介

8454 TT/TW

2023年3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。

2022年度營運成績



達成千億營收里程碑

\$103bn

營業利益率

4.1%

B2C營收YoY

18.8%

非店面零售營業額YoY

8.3%

自營倉庫數量#

54

4Q22 損益表



| 損益表(NT\$ 百萬) | 4Q22 | 4Q21 | YoY | 2022 | 2021 | YoY |
|---------------------------|--------------------|--------------------|-------|---------------------|---------------------|-------|
| 營業收入 | 31,802.8 | 26,869.8 | 18.4% | 103,436.4 | 88,396.7 | 17.0% |
| 商品毛利 | 4,470.7 | 3,799.7 | 17.7% | 15,028.1 | 13,053.7 | 15.1% |
| 營業成本 | (1,283.3) | (1,144.3) | 12.1% | (4,756.1) | (4,108.9) | 15.8% |
| 營業毛利 | 3,187.4 | 2,655.4 | 20.0% | 10,272.0 | 8,944.8 | 14.8% |
| 營業費用 [^] | (1,838.8) | (1,519.4) | 21.0% | (5,987.2) | (4,902.7) | 22.1% |
| 營業淨利 | 1,348.6 | 1,136.0 | 18.7% | 4,284.8 | 4,042.1 | 6.0% |
| 歸屬於母公司業主稅後純益 | 1,020.6 | 916.5 | 11.4% | 3,434.6 | 3,280.3 | 4.70% |
| 每股盈餘 | 4.67 | 4.19 | 11.5% | 15.72 | 15.01 | 4.7% |
| 還原一次性損益每股盈餘 ^{^^} | 5.05 ^{^^} | 4.19 ^{^^} | 20.5% | 15.59 ^{^^} | 14.82 ^{^^} | 5.2% |

[^]營業費用包括其他收益及費損淨額

^{^^} 4Q22一次性損失NT\$82.2百萬為環球國廣商譽減損；2022年一次性利益NT\$27.6百萬，包括NT\$109.8百萬處分投資利益以及NT\$82.2百萬環球國廣商譽減損；2021年一次性利益NT\$42.8百萬，包括NT\$99百萬處分投資利益及一次性損失NT\$56.9百萬環球國廣子公司商譽減損

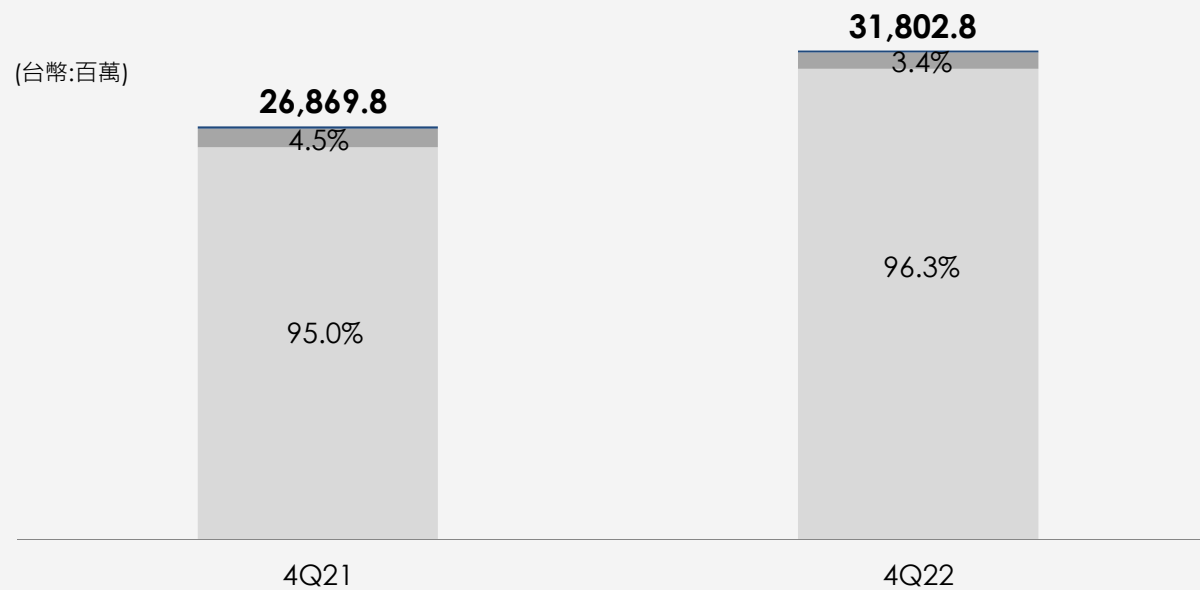
| Key ratios (%) | 4Q22 | 4Q21 | 2022 | 2021 |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Take rate | 14.1% | 14.1% | 14.5% | 14.8% |
| Gross margin from operations | 10.0% | 9.9% | 9.9% | 10.1% |
| EBITDA margin | 5.1% | 5.2% | 5.2% | 5.6% |
| Operating margin | 4.2% | 4.2% | 4.1% | 4.6% |
| Net margin | 3.2% | 3.4% | 3.3% | 3.7% |

4Q22營業收入



合併營收年增**18.4%**

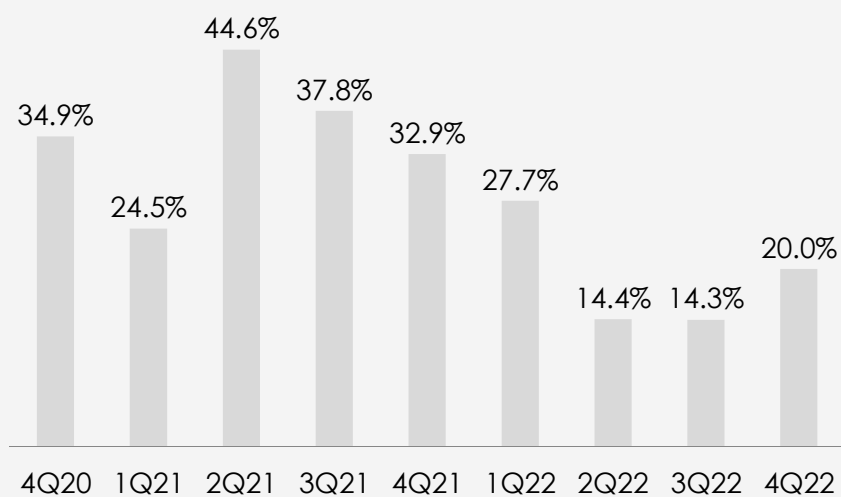
■ 網路購物 ■ 電視購物 ■ 其他*



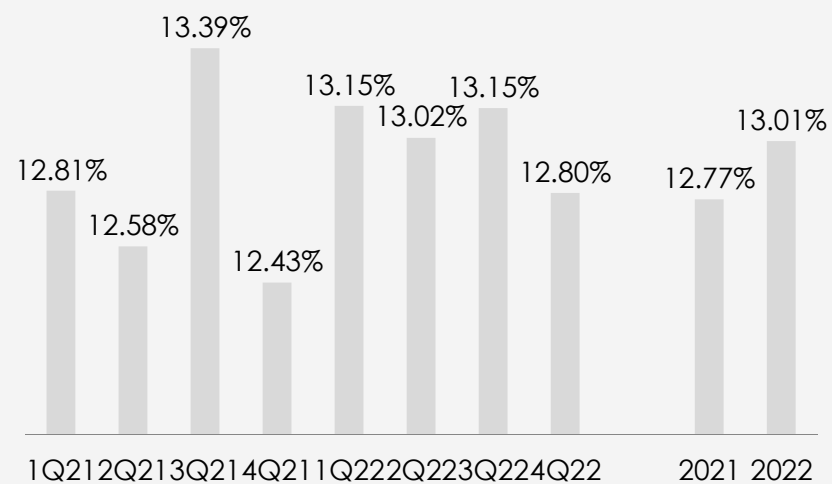
*型錄: 0.3% / 其他: 0.0% (佔合併營收比重)

4Q22 B2C

B2C營收年增20.0%



take rate較4Q21改善0.37ppt

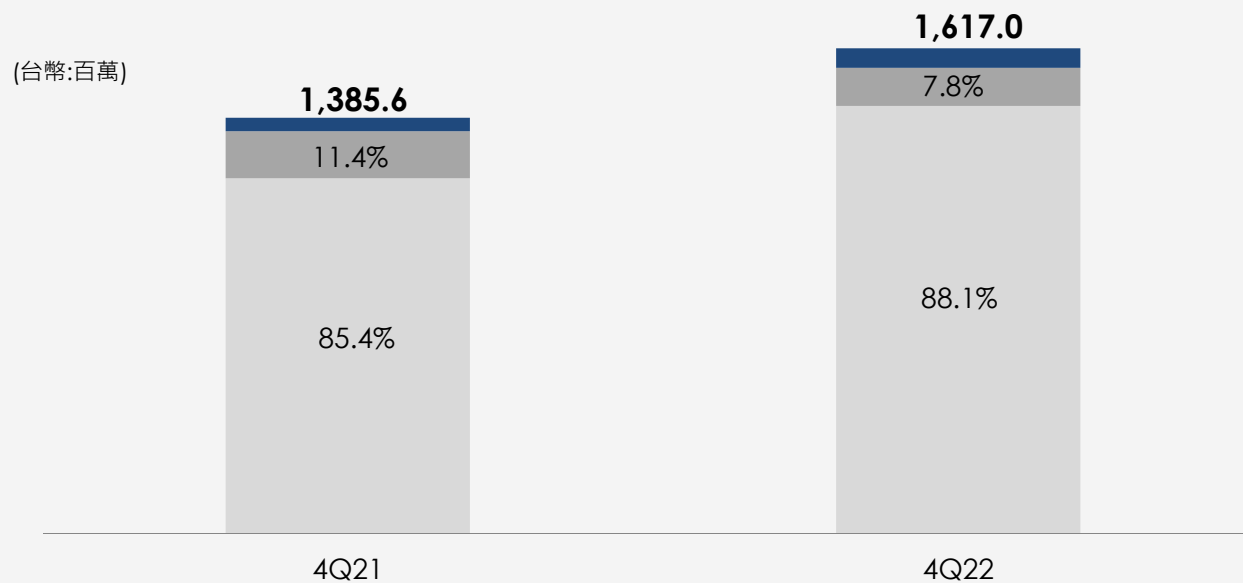


4Q22 EBITDA



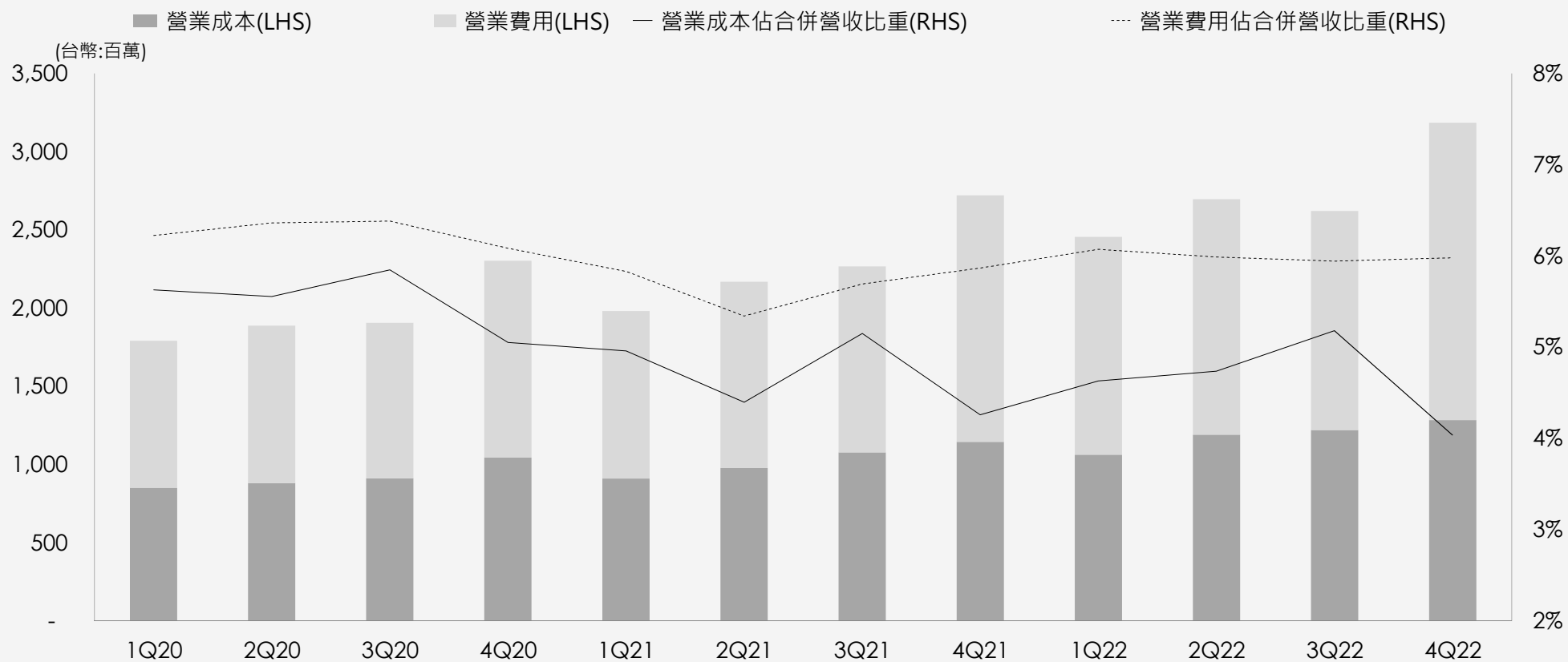
合併EBITDA年增16.7%

■ 網路購物 ■ 電視購物 ■ 其他*

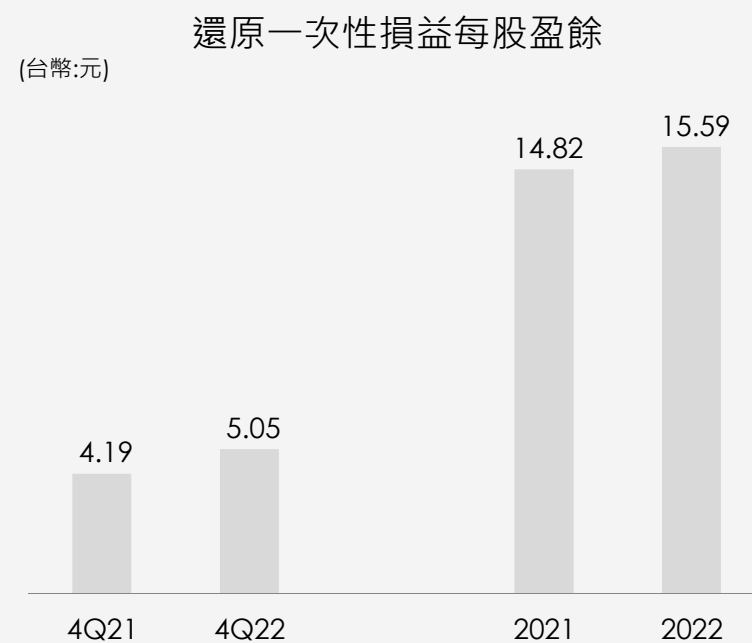


*型錄: 0.6% / 其他: 3.5% (佔合併EBITDA比重)

成本與費用



4Q22還原一次性損益每股盈餘年增20.5%



資產負債表

| (NT\$百萬) | 2022/12/31 | 2021/12/31 |
|----------|------------|------------|
| 現金及約當現金 | *8,044.4 | 8,804.1 |
| 應收帳款 | 465.3 | 221.5 |
| 其他應收款 | 2,259.7 | 1,689.6 |
| 存貨 | 4,479.4 | 3,728.4 |
| 流動資產總計 | 15,649.2 | 14,923.5 |

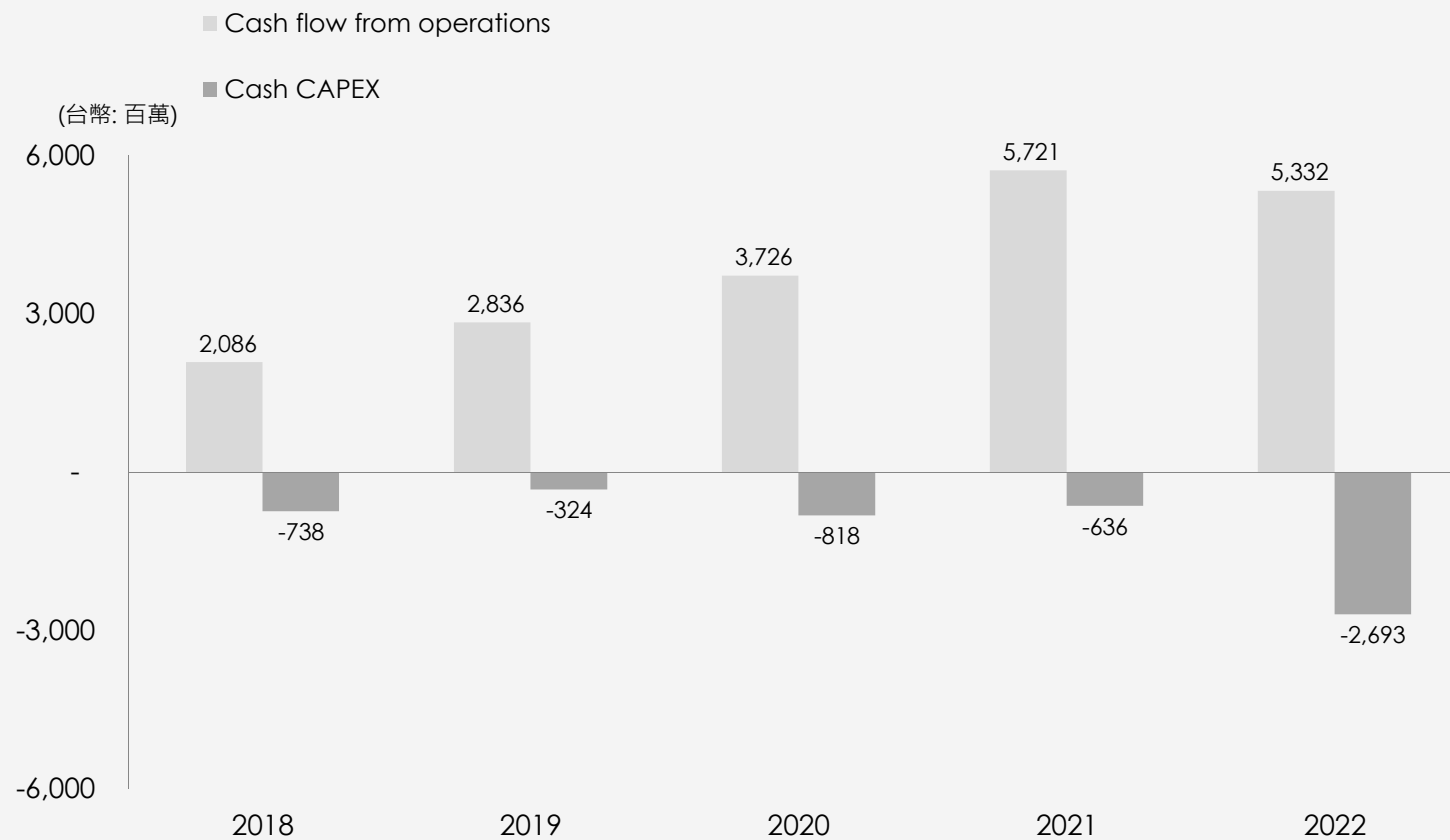
| | | |
|-----------|----------|----------|
| 採用權益法之投資 | 486.0 | 691.6 |
| 不動產、廠房及設備 | 7,322.6 | 5,079.8 |
| 其他非流動資產 | 2,882.9 | 2,320.1 |
| 非流動資產總計 | 10,691.5 | 8,091.5 |
| 資產總計 | 26,340.7 | 23,015.0 |

| (NT\$百萬) | 2022/12/31 | 2021/12/31 |
|----------|------------|------------|
| 應付帳款 | 11,004.2 | 8,984.4 |
| 其他應付款 | 1,580.3 | 1,623.4 |
| 其他流動負債 | 2,440.8 | 2,185.8 |
| 非流動負債總計 | 1,411.8 | 1,372.4 |
| 負債總計 | 16,437.1 | 14,166.0 |

| | | |
|-------|---------|---------|
| 普通股股本 | 2,184.9 | 1,820.8 |
| 資本公積 | 2,259.4 | 2,446.4 |
| 保留盈餘 | 5,581.4 | 4,698.5 |
| 其他權益 | (122.1) | (116.7) |
| 權益總計 | 9,903.6 | 8,849.0 |

* 4Q22現金部位NT\$8,044百萬，較去年同期減少8.6%，主係基於NT\$4,312百萬稅前淨利加上NT\$1,108百萬折舊攤銷費用，減去NT\$375mn取得透過其他綜合損益按公允價值衡量之金融資產、~NT\$2,400百萬的SDC/CDC費用、NT\$2,367百萬發放現金股利以及NT\$994百萬支付之所得稅

現金流量



* Cash CAPEX中與物流中心相關之實際現金支出，係基於不同階段之建造工程花費之時程

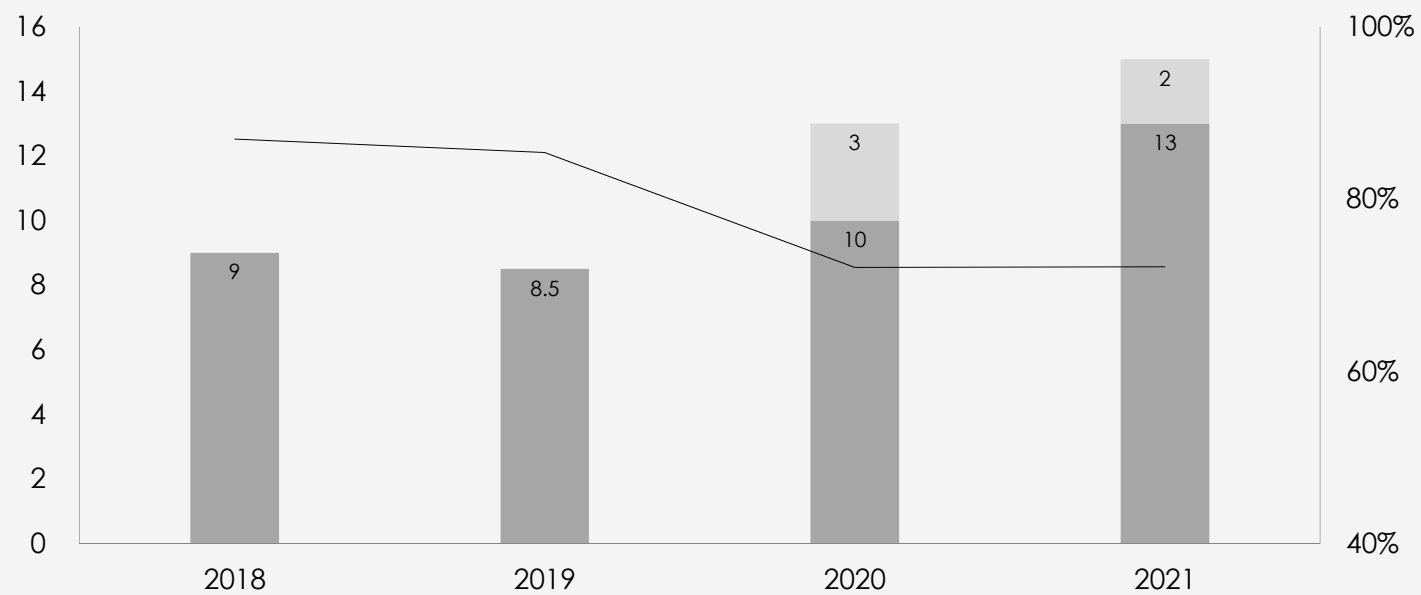
2023年資本支出預算

| | (NT\$mn) |
|---------|----------|
| 物流中心建物* | 5,980 |
| 物流中心設備* | 350 |
| 倉儲營運設備 | 193 |
| 資訊設備 | 155 |
| 其他 | 152 |
| 合計 | 6,830 |

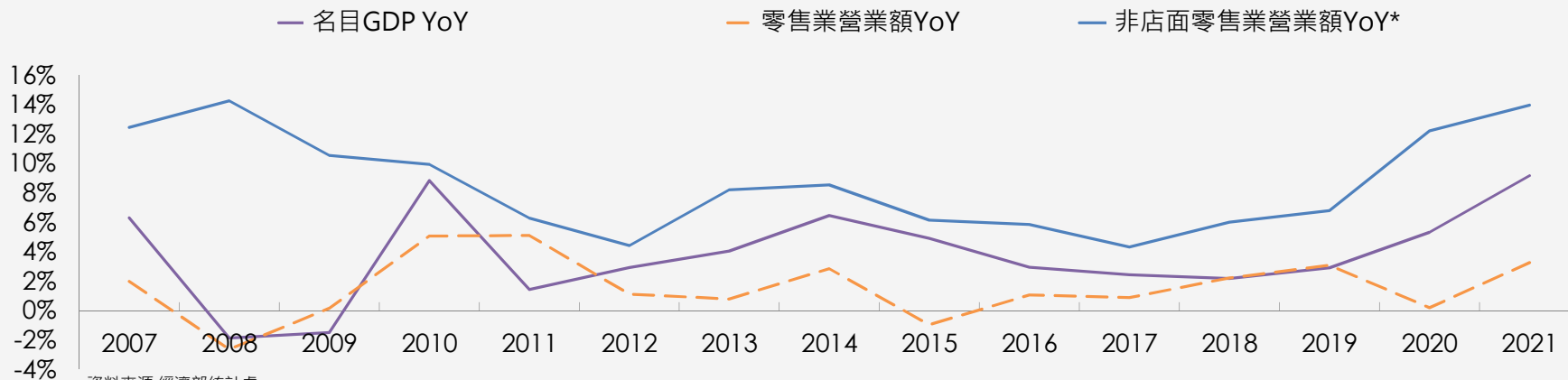
資本支出預算係基於應計基礎
* 實際現金支出將依據不同階段的建造工程與花費時程，分散於2H23 -2026年度

歷年盈餘分配情形

■ Stock dividend ■ Cash dividend — Cash dividend payout ratio



2022年線上滲透率達13.6%

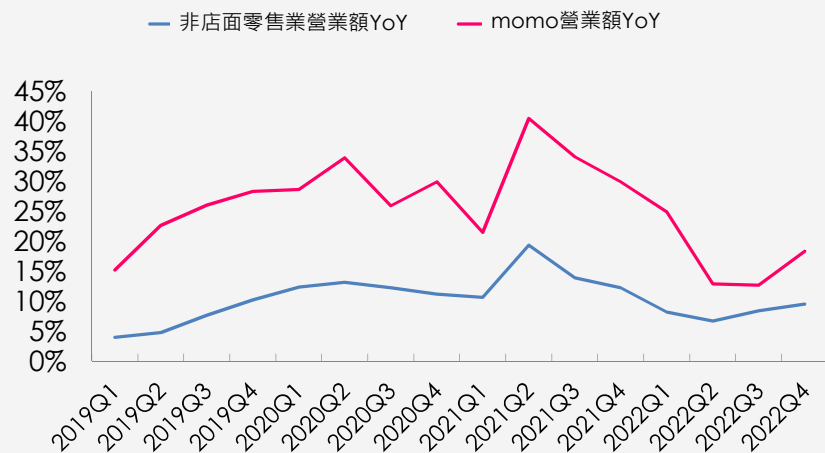


資料來源:經濟部統計處

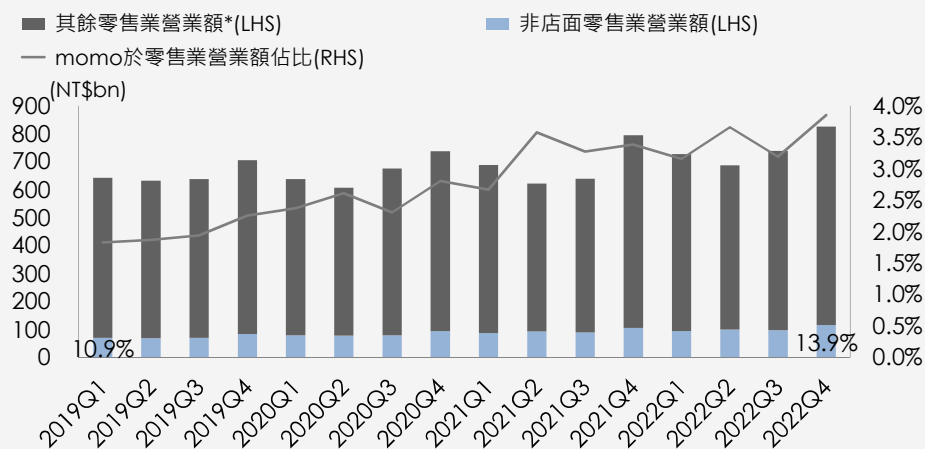
* (包括無實體店面零售業者並透過電商、郵購、逐戶拜訪和自動販賣機等方式銷售)

** 考慮隱含在零售及非店面零售營業額內之通膨因素，此處使用名目GDP

*** 2015年及2020年原油價格下跌影響名目GDP YoY和零售營業額YoY在前述年分差距擴大



資料來源:經濟部統計處

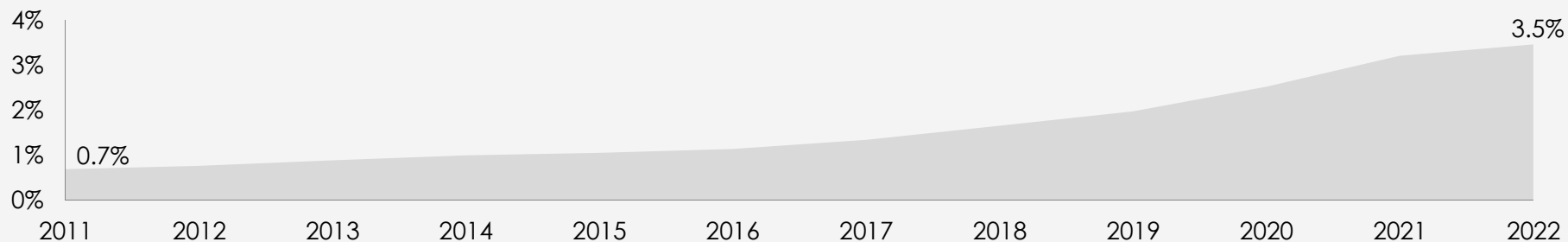


* 整體零售業營業額排除不在線上銷售，包括燃料、汽機車、建材及菸草之營業額
資料來源:經濟部統計處

整體潛在市場龐大

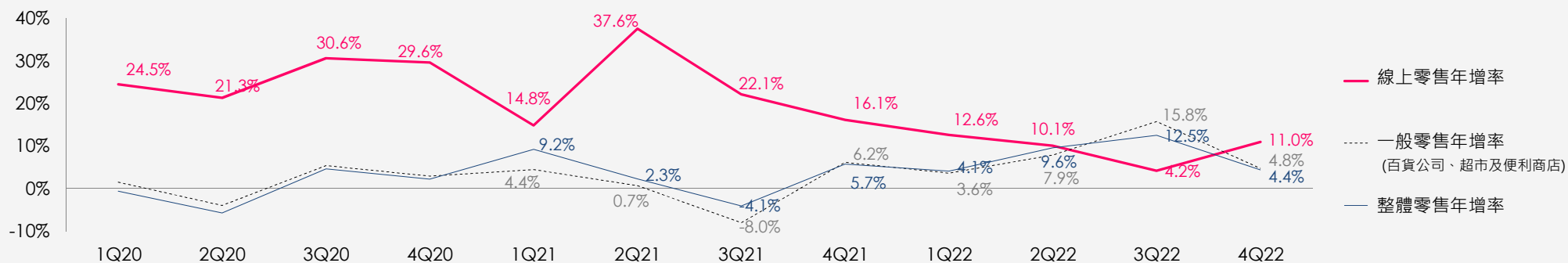


momo 占臺灣整體零售市場份額*



資料來源:經濟部統計處

*整體零售業營業額排除不在線上銷售，包括燃料、汽機車、建材及菸草之營業額



資料來源:經濟部統計處

4Q22 B2C產品組合

B2C (佔合併營收96%)

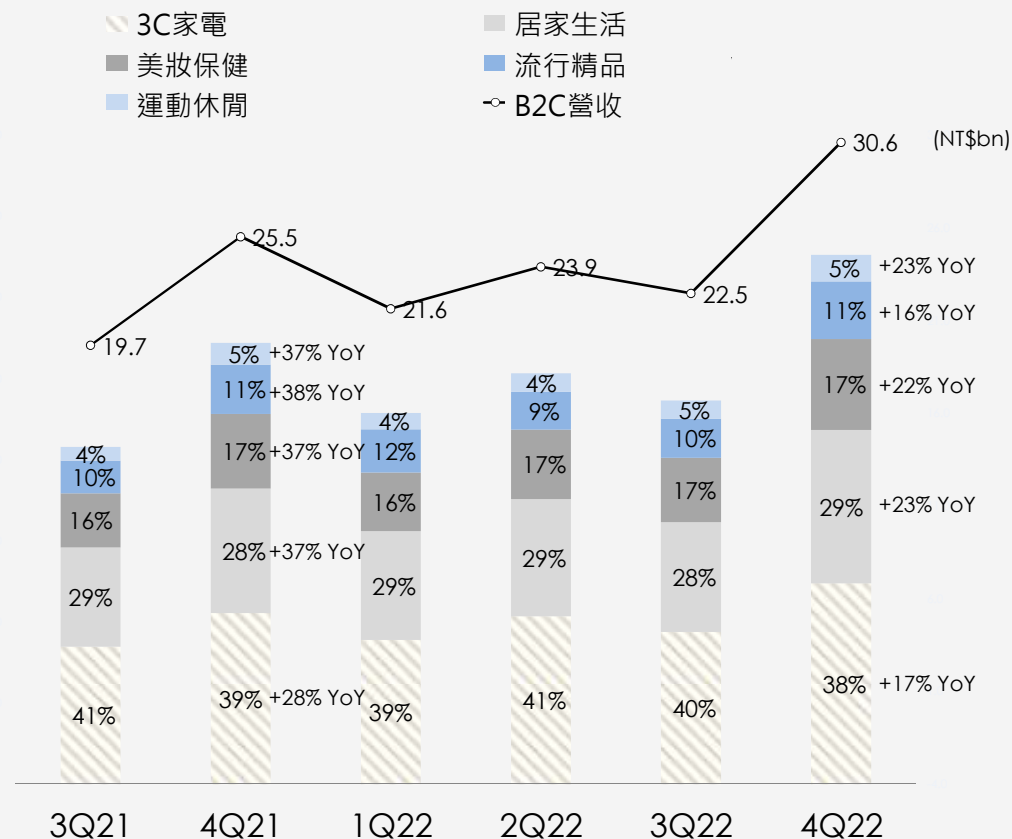
累積註冊會員11.8百萬 (年增7.8%)

64% 女性 : 36% 男性

核心消費群: 25-54歲

2.51萬個品牌 (年增10.2%)

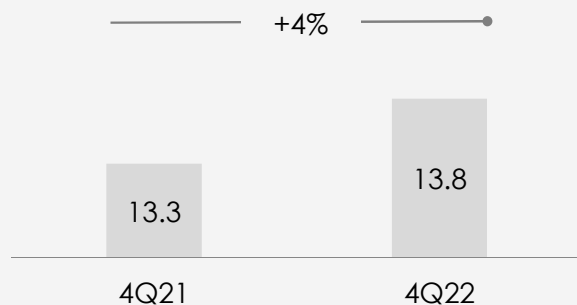
4.1百萬個SKU (年增19%)



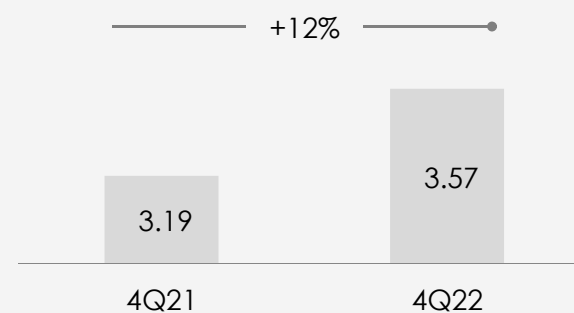
後疫情期間交易數量、新增有購會員人數仍呈現雙位數年成長



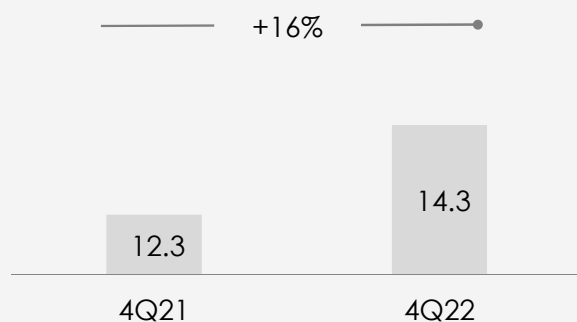
平均每月不
重複訪客
(百萬)



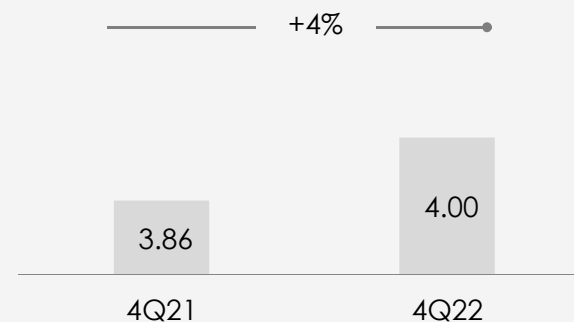
有購會員
(百萬)



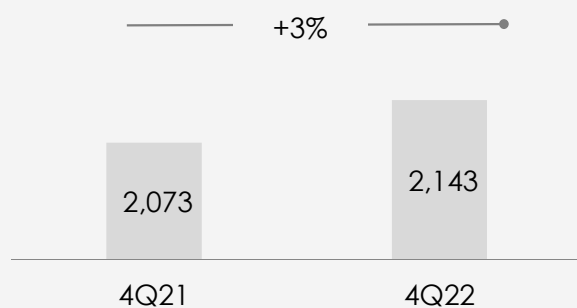
總交易訂單
數量
(百萬)



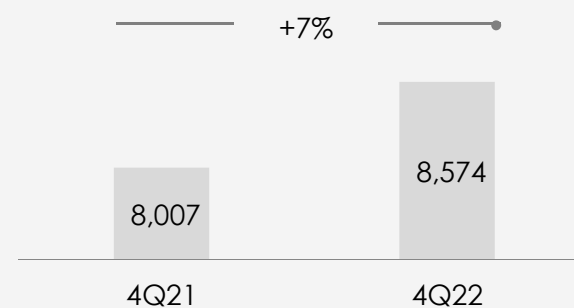
每位消費者平均
購買頻率
(次數)



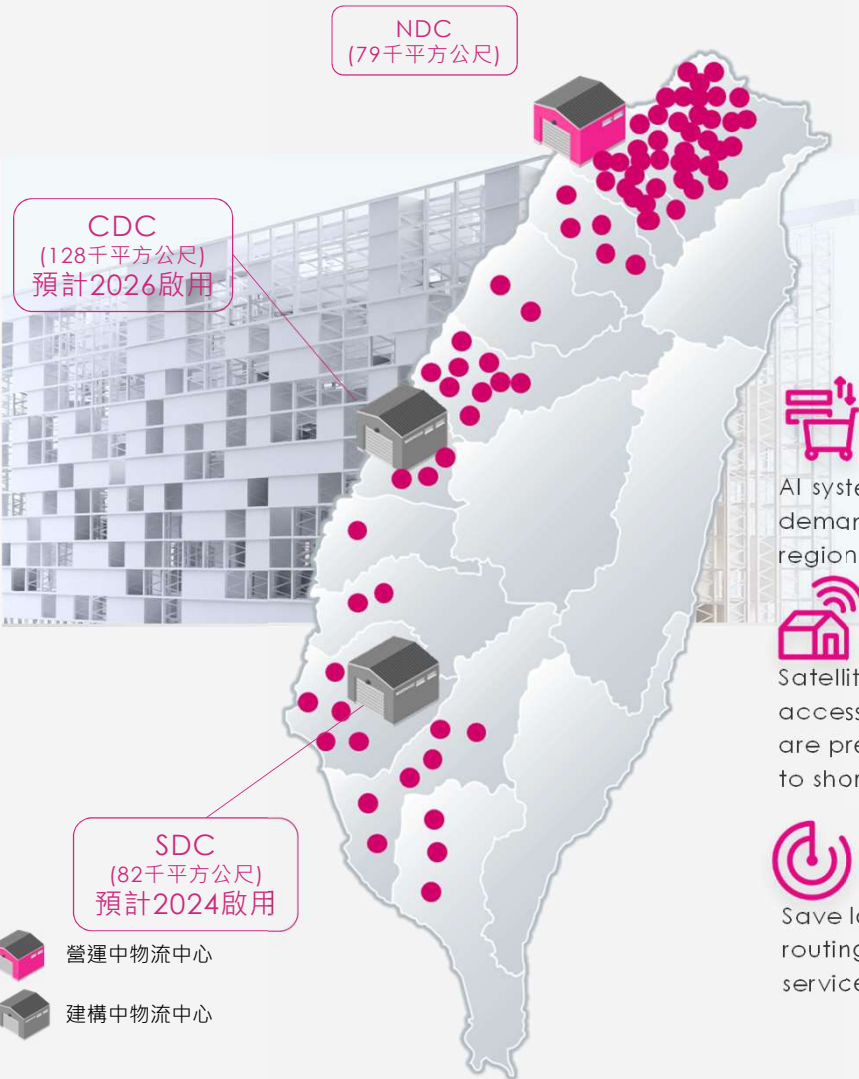
平均訂單金額
(台幣:元)



每位用戶平均
貢獻收入
(台幣:元)



持續擴增倉儲物流運能



Data Analysis

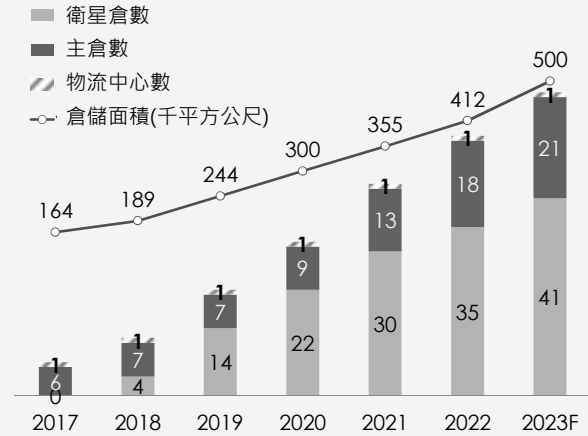
AI system helps predict demand & product mix in region.

Stock Delivery

Satellite warehouses serve as access points where inventories are pre-stocked ahead of orders to shorten delivery time.

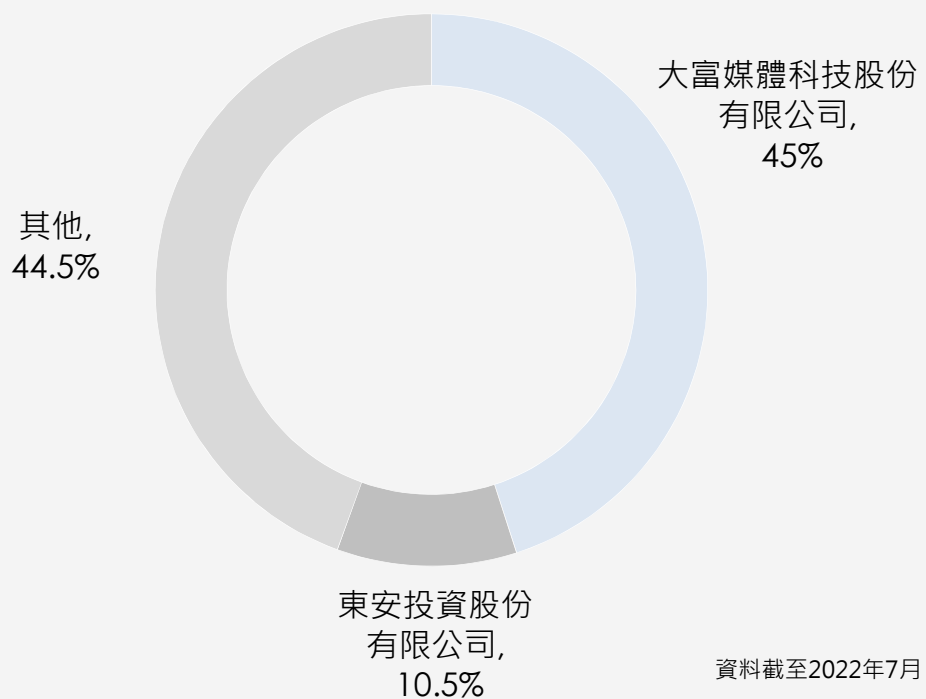
Route Planning

Save last mile costs via vehicle routing, ensure faster delivery service.



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 |

資料截至2022年7月



經濟 / 治理

商品價值、服務價值

合併營收 883.97 億元，成長超過 **3 成**

北區物流中心取得 **SGS ISO 9001**
品質管理系統驗證

綠色生活館業績成長 **68%**

品牌價值

公司治理評鑑 TOP5%，連續 **6 年** 獲肯定
(註：資料來源依據臺灣證券交易所 2022 年 4 月 28 日公告資訊)

首次入選「**臺灣 50 指數成分股**」

獲頒中華公司治理協會
「CG6013(2021) 公司治理制度評量—特優
認證」，**台灣電商唯一**



環境

綠色消費價值

綠色生活館新增超過 **650** 項品項數

北區物流中心 2021 年
太陽能累積發電量 **133.7 萬度**
減碳效益達 **671.19 公噸**

無紙化應用減少 **5,054 萬** 張用紙
等同於約 1.5 個大安森林公園

自營進口商品採綠色包裝原箱出貨
成效達 **41%**

momo 循環袋添加 20% 再生料製成
2021 年平均回收率達 **14%**

momo 綠色車隊採購 100% 環保車輛
已累積 **109 台** 一級能源效能貨車
105 台 二級能源效能機車



社會

社會價值

推廣 30 項公益與活動專案，公益慈善
總金額達 **9,160 萬元**，創歷年新高

與消費者共創正向力量

號召 momo 會員響應捐款 **53,109 人**
受益人數 **72,881 人次**

性別平等推廣委員會正式成立
推動 **性平女權** 相關政策

人才價值

平均每人受訓時數 30.26 小時

較 2020 年成長 **83%**

線上學習總受訓時數達 42,000 小時

較 2020 年成長 **99%**

<https://corp.momo.com.tw>
ir@fmt.com.tw

 富邦金控 ×  ×  台灣大哥大