

momo.com
8454 TT

公司簡介
2024 六月



Safe Harbor Notice



- momo.com's statements of its current expectations are forward-looking statements subject to significant risks and uncertainties and actual results may differ materially from those contained in the forward-looking statements.
- Except as required by law, we undertake no obligation to update any forward-looking statement, whether as a result of new information, future events, or otherwise.

營運概況

- 2024年第一季度零售業網路銷售：
 - 較2023年第一季度相比增長3.6%
 - 優於全體零售業營業額年增3.1% (自2023 第一季以來首次)
 - 仍低於綜合零售業營業額年增4.9%
 - 線上零售年增率和線下差距進一步縮小
 - 佔整體零售業營業額12.8%
- 2024年第一季度momo EC 營收：
 - 與2023年第一季度相比增長7.2%
 - 推動因素包括：
 - 市占率增加
 - 主要5大品類持續擴大零售份額
 - 美妝和保健品成長最強勁
 - 活躍用戶增加
- 2024年第一季度EC EBITDA margin：
 - 表現穩健為5.1%
 - 儘管：
 - 產品組合因素
 - 較高的行銷費用
 - 持續受惠於營運效率提升
- 2024年第一季度公司營運利潤率情況：
 - 達到4.2%
 - 推動因素包括：
 - 電視購物收入和利潤的改善

營運概況

- 管理層展望：
 - 預期下半年的營收動能將超過上半年
 - 預期2024年的營業利潤率將略低於2023年
 - 1P業務將持續獲得規模經濟的優勢，今年將繼續投資發展新事業引擎，未來動能可期
 - 1. mo店+ 升級「多、快、好、省」全方位購物體驗
 - 2. 「momo Ads」零售媒體廣告，活化數據流量變現核心競爭力
 - 3. 直播電商轉型工程，重磅打造品牌專場直播間、擘劃直播主供應鏈

1Q24 損益表



P&L (NT\$ mn)	1Q24	1Q23	YoY	2023	2022	YoY
Revenue **	26,877.9	25,120.0	7.0%	109,242.9	103,436.4	5.6%
Gross profit	3,642.5	3,654.4	(0.3%)	15,339.6	15,028.1	2.1%
Operating costs	(1,104.8)	(1,098.6)	0.6%	(4,796.7)	(4,756.1)	0.9%
Gross profit from operations	2,537.7	2,555.8	(0.7%)	10,543.0	10,272.0	2.6%
OPEX **	(1,420.3)	(1,463.7)	(3.0%)	(6,158.2)	(5,987.2)	2.9%
Operating profit	1,117.4	1,092.1	2.3%	4,384.7	4,284.8	2.3%
Net income to parent	909.0	888.4	2.3%	3,628.1	3,434.6	5.6%
EPS	3.78	3.70	2.3%	15.10	14.29	5.6%
Recurring basic EPS	3.78	3.70	2.3%	15.44^	14.18^	8.9%

**從2023年第三季度開始，因稅務考量對mo幣進行了入帳調整。這些變化對整體利潤沒有實質性影響，對2024年第一季度的收入影響小於0.7%。
如果採用與2023年上半年相同的會計處理方法，2024年第一季度公司 收入去年同期相比增長將達到7.6%，take rate 將提高至14.1%，而2023年第一季度為14.5%。因此，營業費用與去年同期相比增長也將達到7.9%。

Key ratios (%)	1Q24	1Q23	2023	2022
Take rate **	13.6%	14.5%	14.0%	14.5%
Gross margin from operations	9.4%	10.2%	9.7%	9.9%
EBITDA margin	5.4%	5.5%	5.1%	5.2%
Operating margin	4.2%	4.3%	4.0%	4.1%
Net margin	3.4%	3.5%	3.3%	3.3%

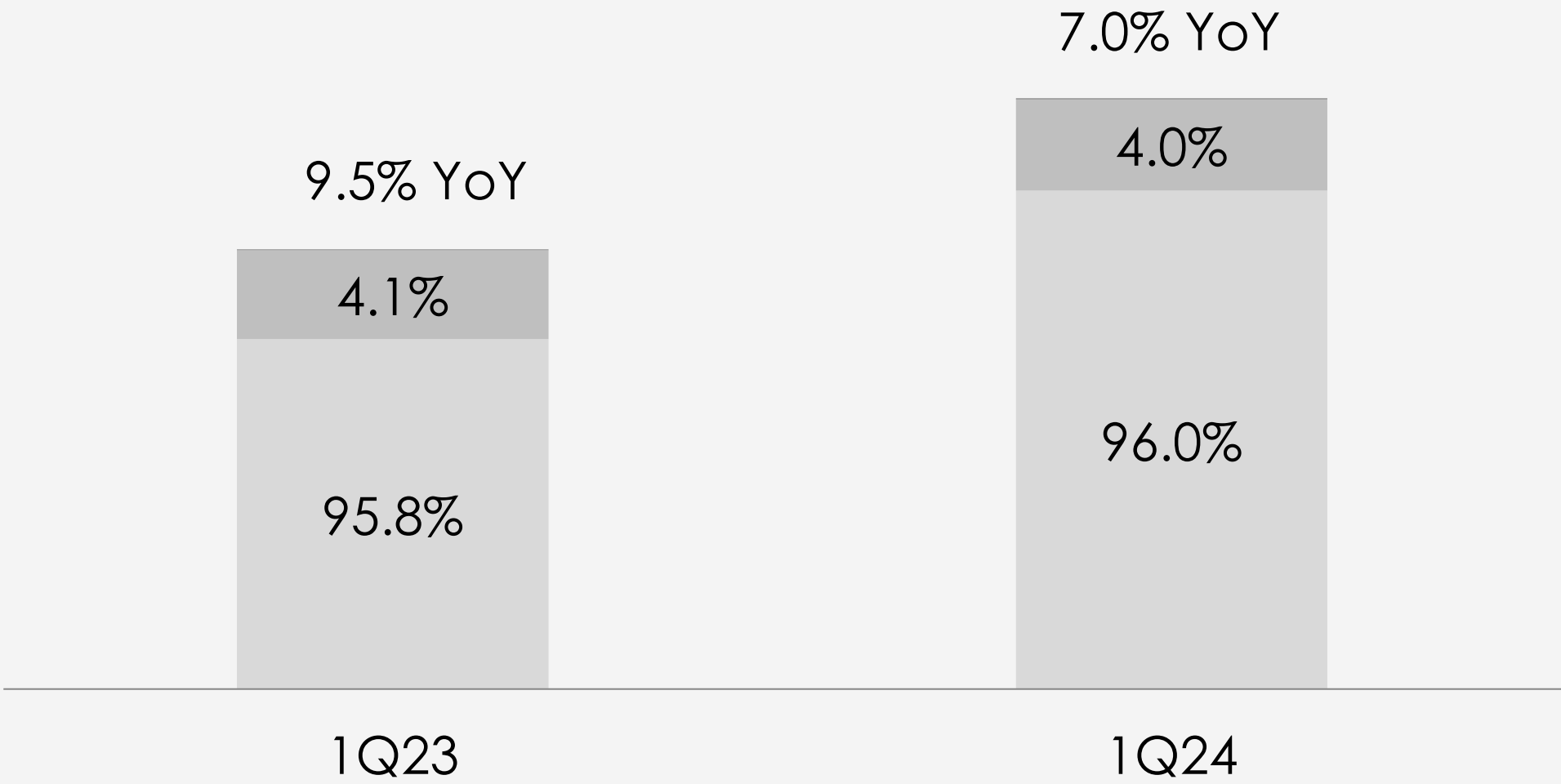
1Q24 營業收入



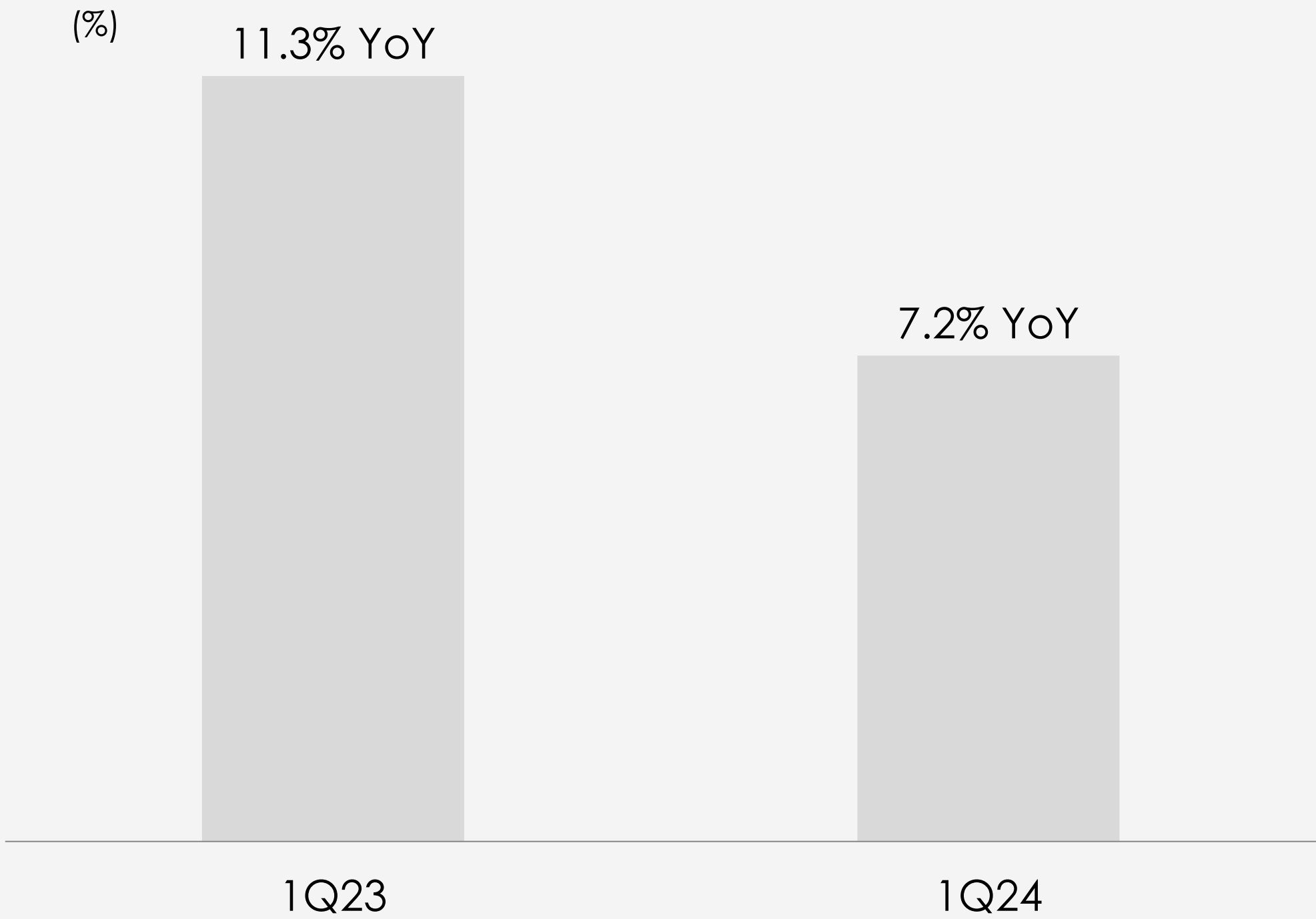
合併營收年增7% YoY

■ EC ■ Media ■ Others*

(NT\$mn/%)



EC營收年增7.2% YoY



*其他包括持有76.7%的富邦歌華 (北京)、持有93.73%的千卉國 際、持有73.62%的富美康健，以及其他100%持有的子公司

1Q24 EBITDA

合併EBITDA年增+5.8% YoY

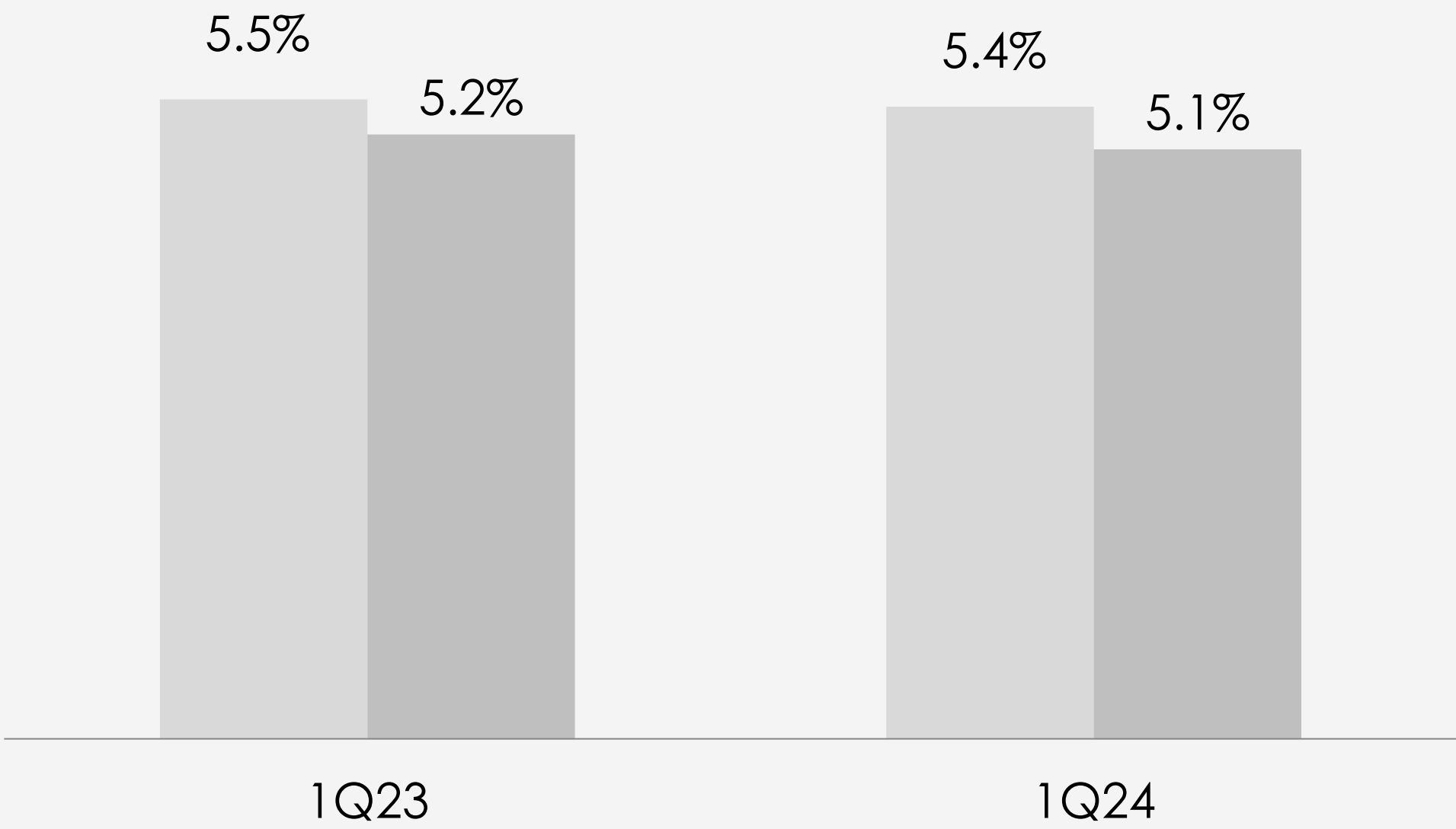
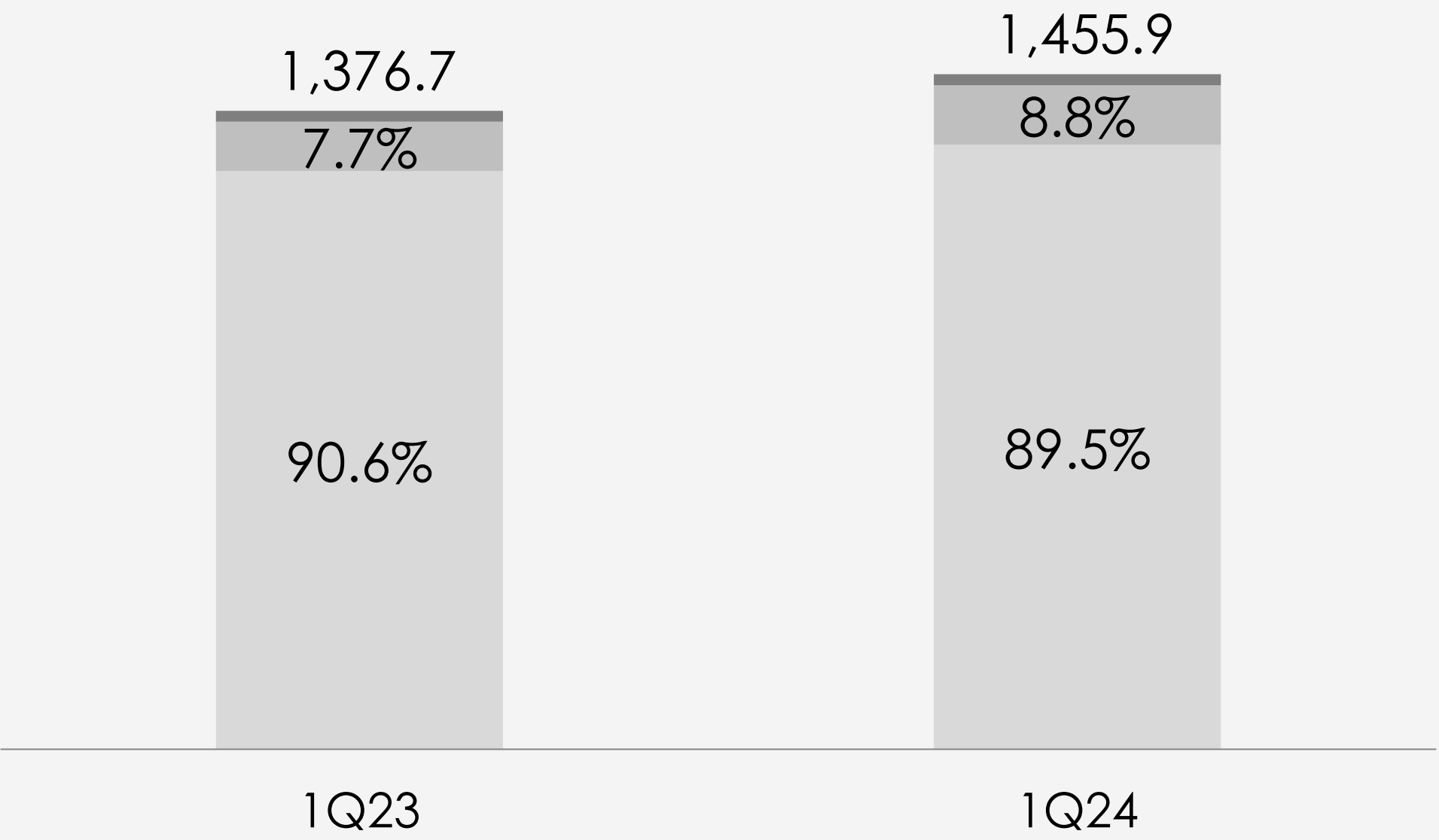
■ EC ■ Media ■ Others*

合併EBITDA Margin 5.4%

EC EBITDA Margin 5.1%

■ company ■ EC

(NT\$mn)



*其他包括持有76.7%的富邦歌華 (北京)、持有93.73%的千卉國 際、持有73.62%的富美康健，以及其他100%持有的子公司

資產負債表



(NT\$mn)	2024/03/31	2023/03/31
Cash & Cash equivalents	6,925.8	7,508.6
Accounts receivables	522.3	459.7
Other receivables	2,349.1	1,586.0
Inventories	3,778.6	4,185.1
Current assets	14,122.3	14,228.6
LT Investments	408.8	483.8
PP&E	8,427.9	7,393.9
Other non-current assets	5,160.7	2,767.2
Total non-current assets	13,997.4	10,644.9
Total Assets	28,119.7	24,873.5

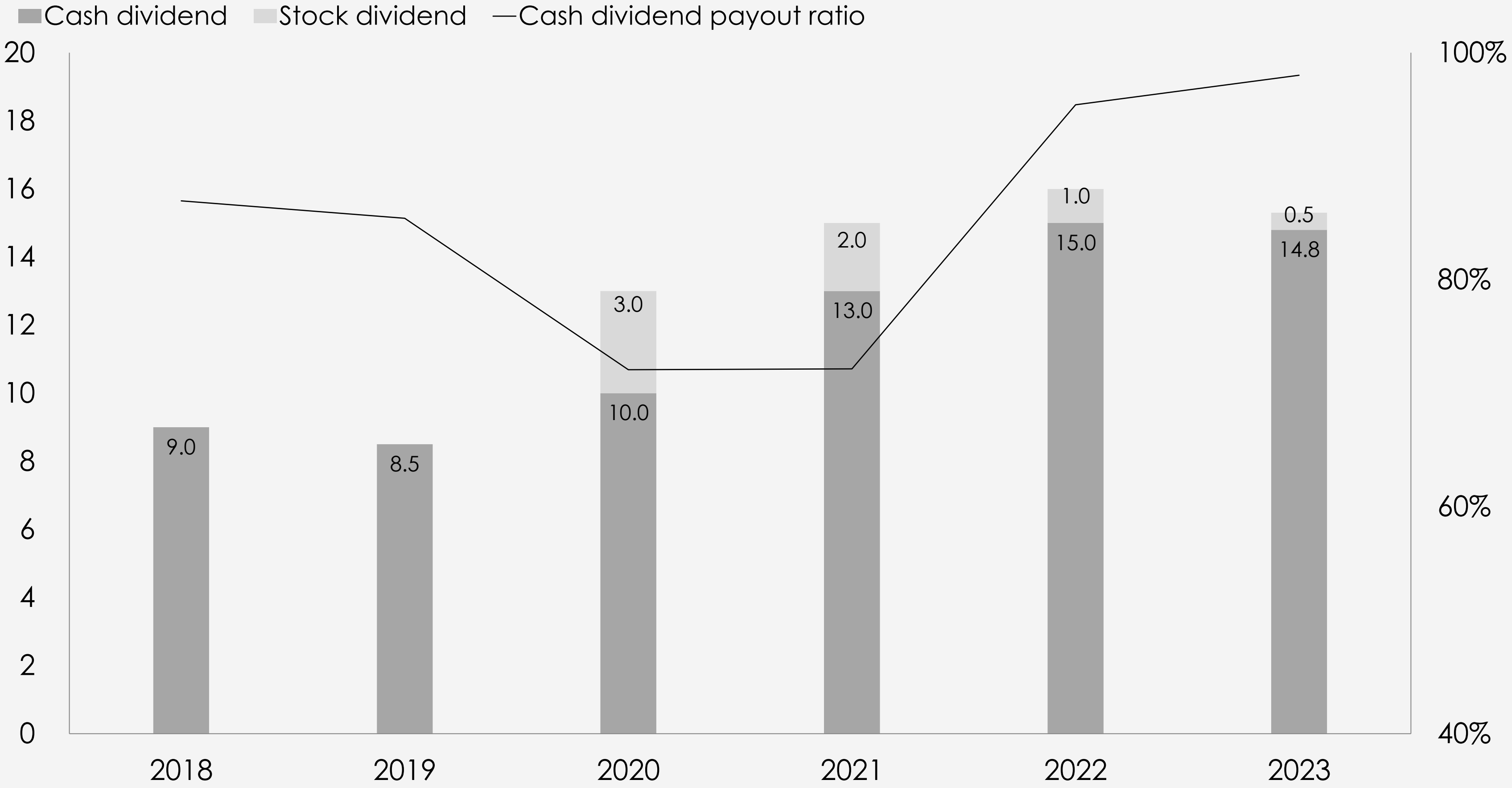
(NT\$mn)	2024/03/31	2023/03/31
Accounts Payable	9,866.0	9,490.1
Other payables	952.6	901.4
Other current liabilities	2,868.2	2,435.4
Non current liabilities	3,190.1	1,308.4
Total Liabilities	16,876.9	14,135.3
Common stock	2,403.4	2,184.9
Capital Surplus	1,969.9	2,188.4
Retained earnings	6,755.7	6,389.0
Other equity items	113.8	(24.1)
Shareholders' equity	11,242.8	10,738.2

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

歷年盈餘分配

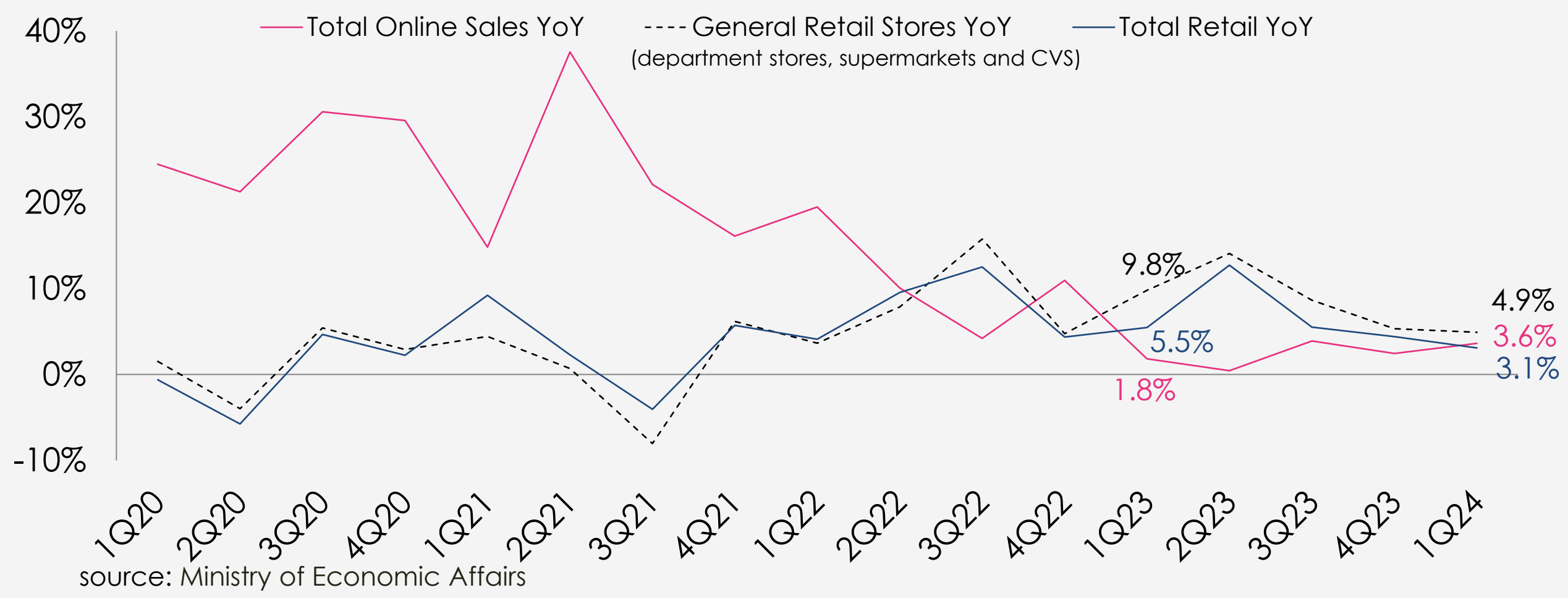
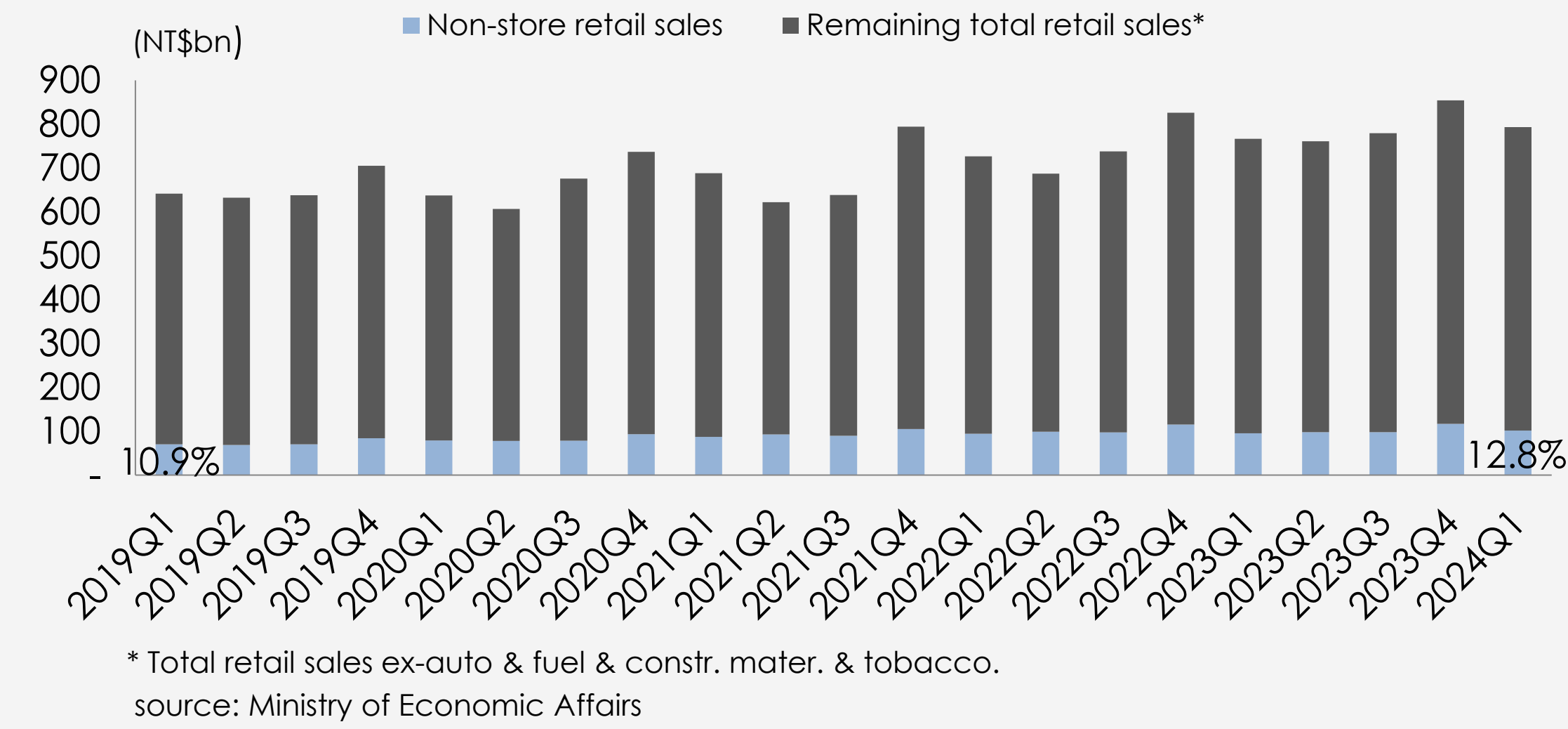


資本支出預算

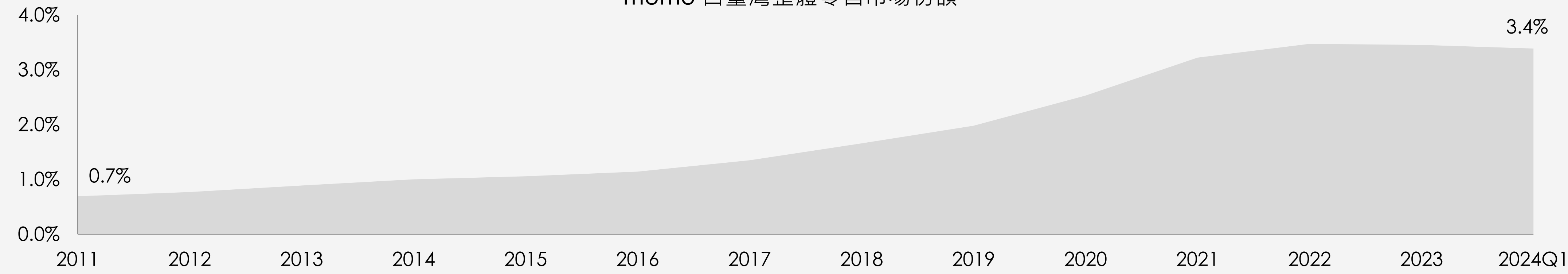


(NT\$mn)	2024 Budget	1Q24
物流中心**	457	369.5
倉儲營運設備	350	40
資訊設備	378	0
其他	92	1.1
合計	1,277	410.6
資本支出預算係基於應計基礎		
** 實際現金支出將依據不同階段的建造工程與花費時程，分散於2024-2027年度		

整體潛在市場龐大

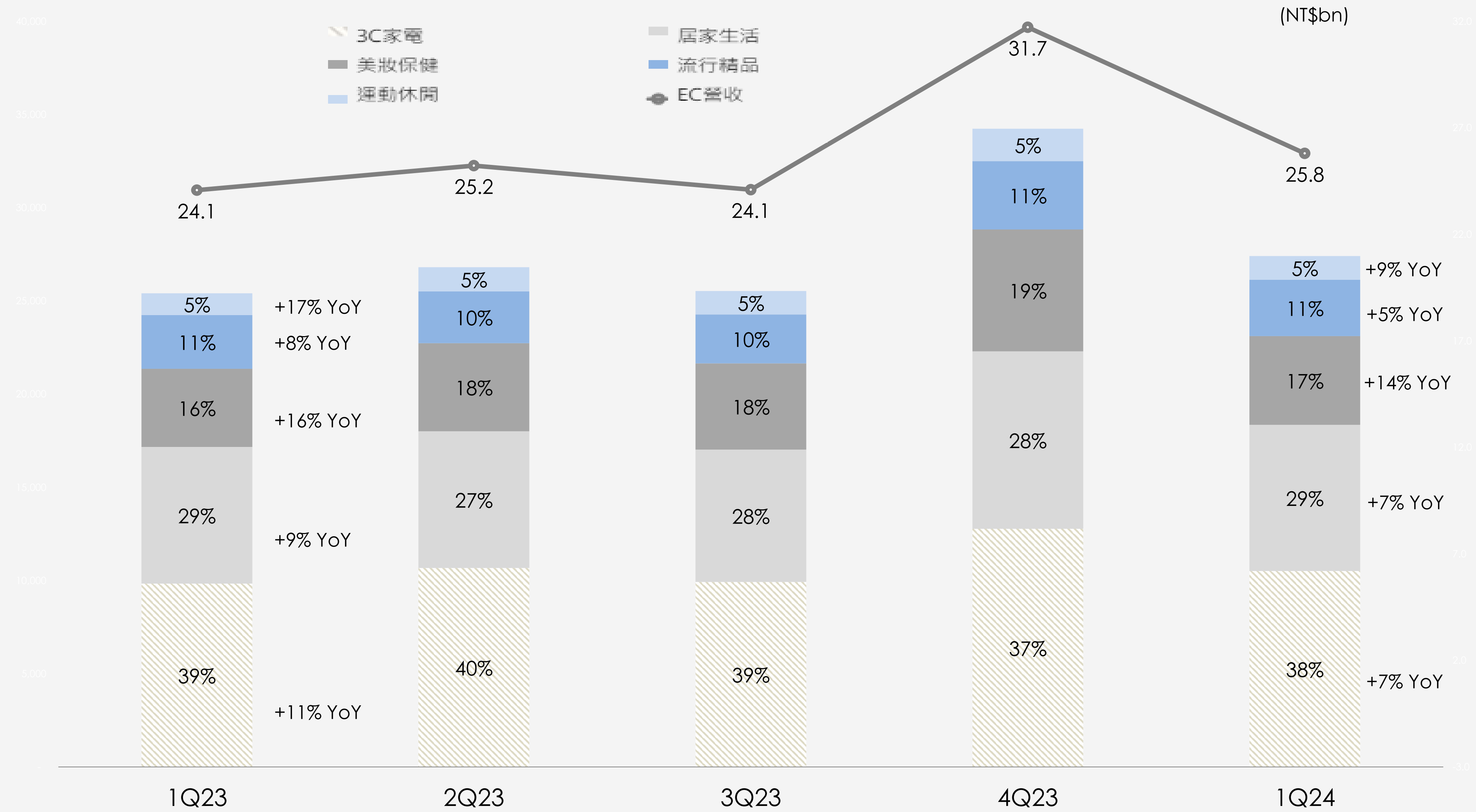


momo 占臺灣整體零售市場份額*



*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

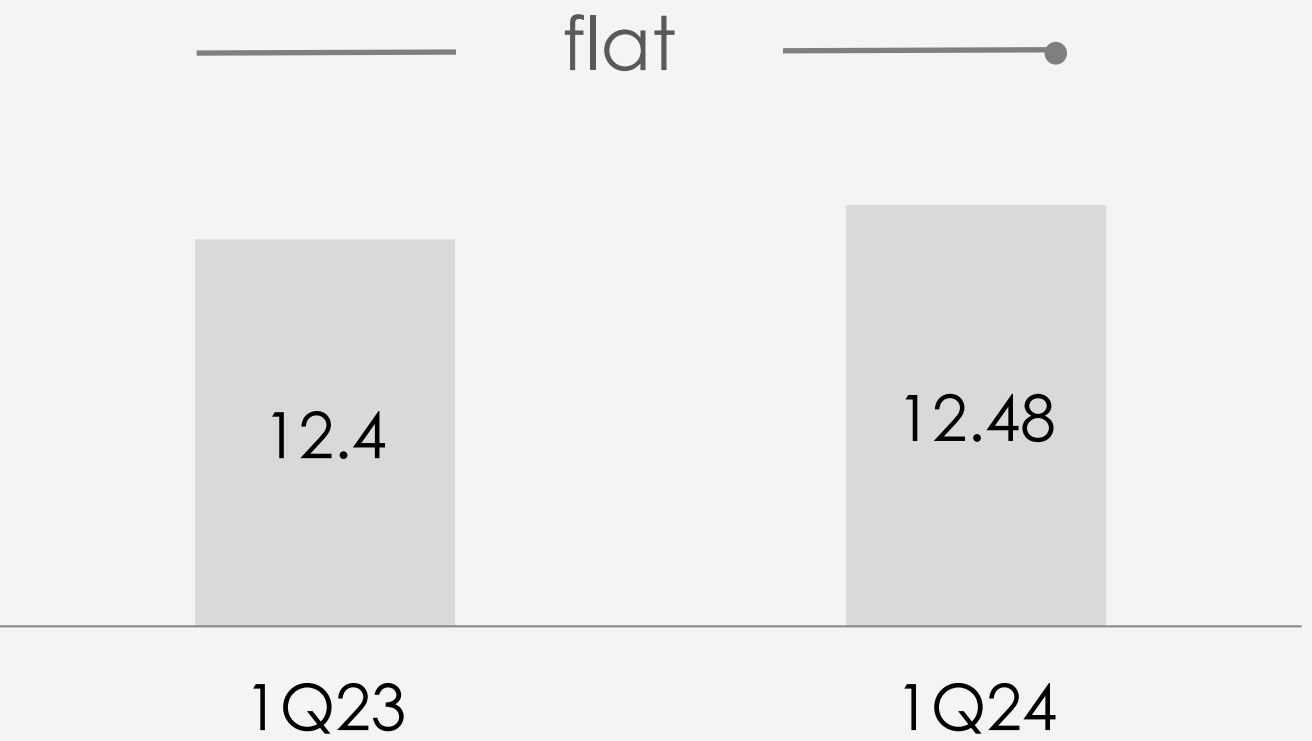
1Q24 EC產品組合



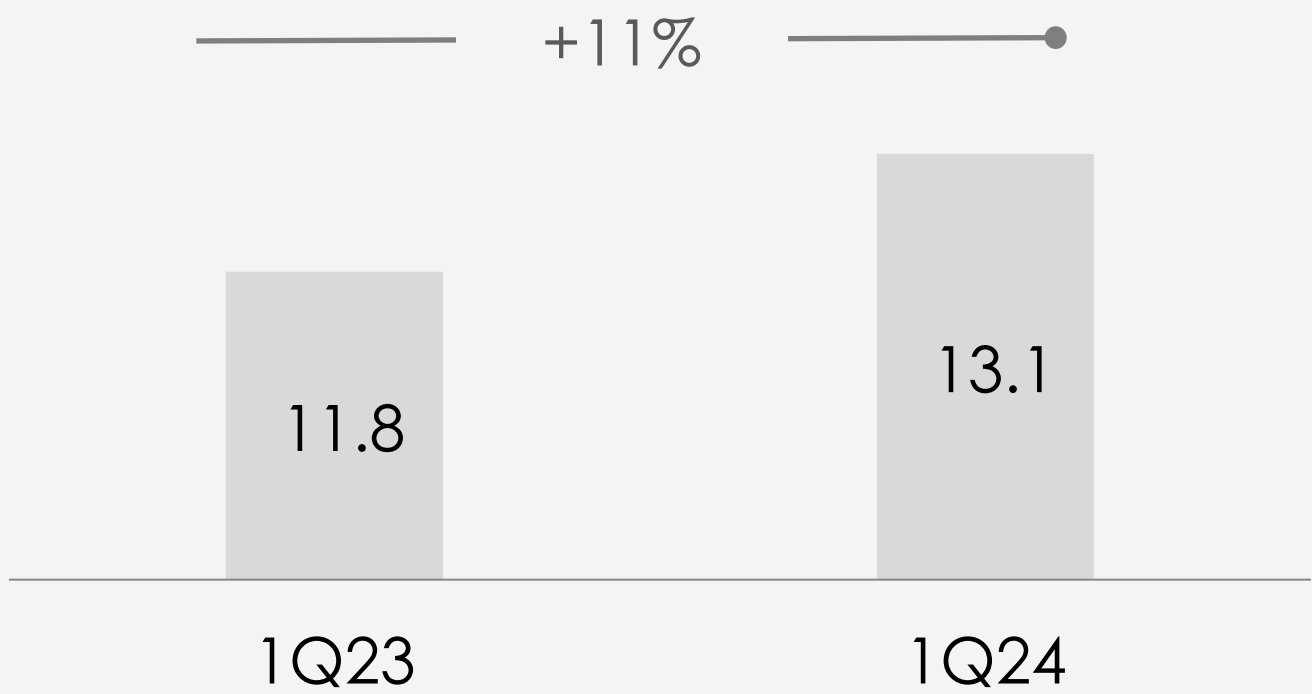
EC顧客行為指標



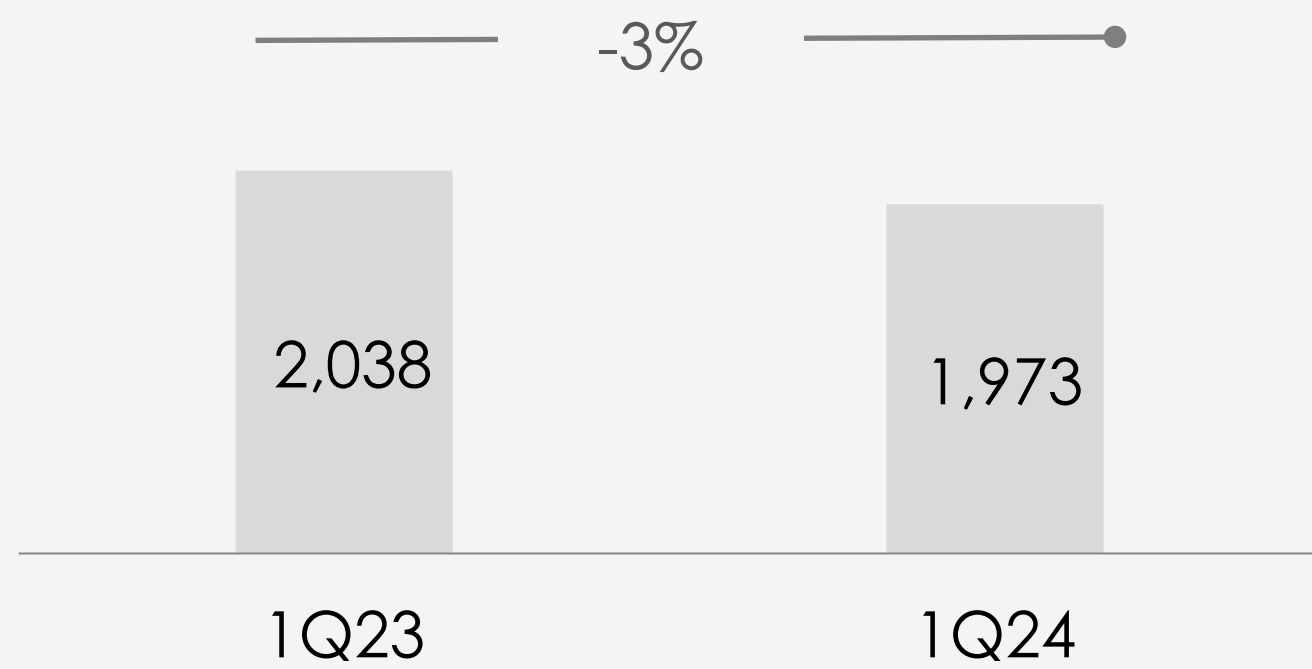
Monthly
Average Visitors
(mn)
平均每月不重複訪
客 (百萬)



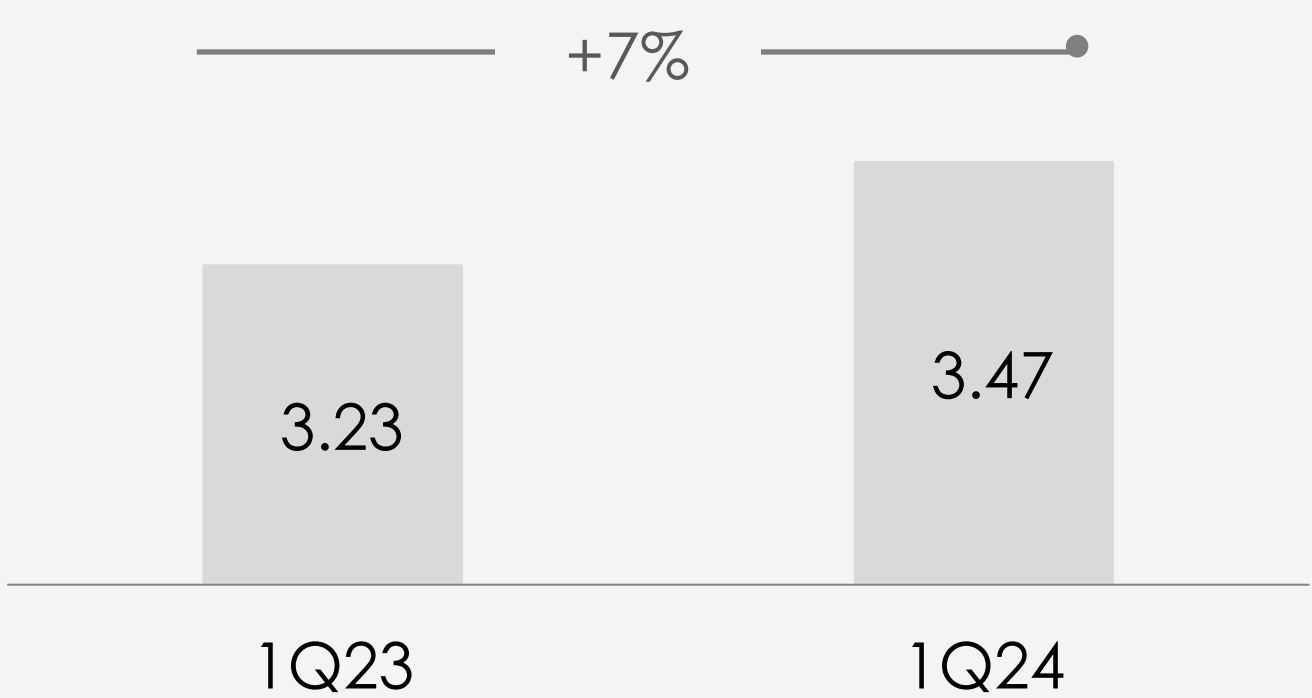
of Orders (mn)
總交易訂單 數量
(百萬)



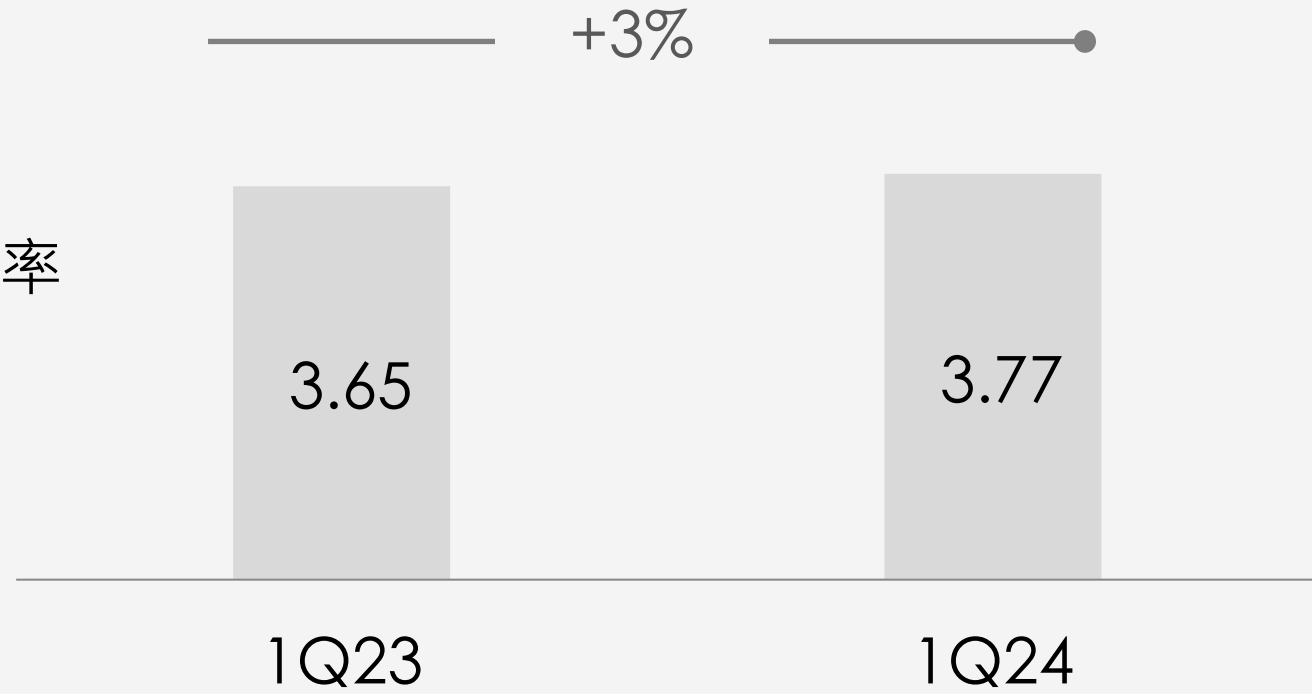
Average Ticket Size
(NT\$)
平均訂單金額
(台幣:元)



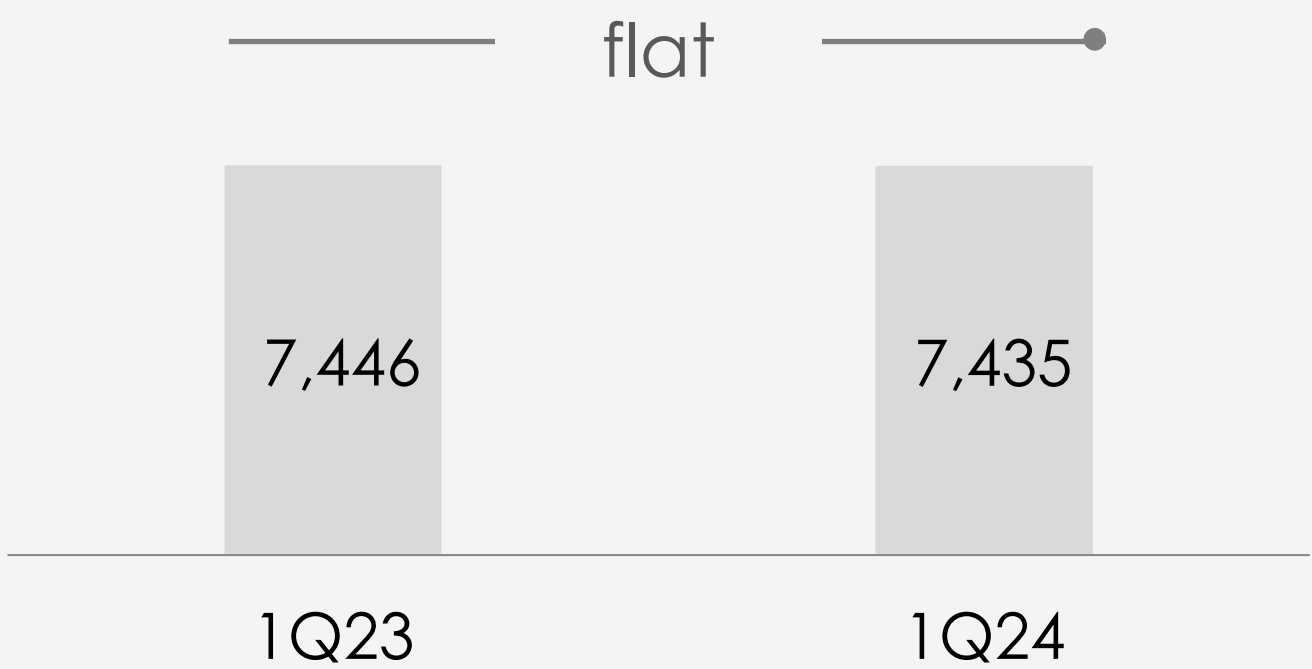
Active Users
(mn)
有購會員
(百萬)



Average Orders per
Active User (#)
每位消費者平均 購買頻率
(次數)



Average Revenue per
User(NT\$)
每位用戶平均 貢獻收入
(台幣:元)



物流中心陸續完工，將帶動公司下一階段的成長



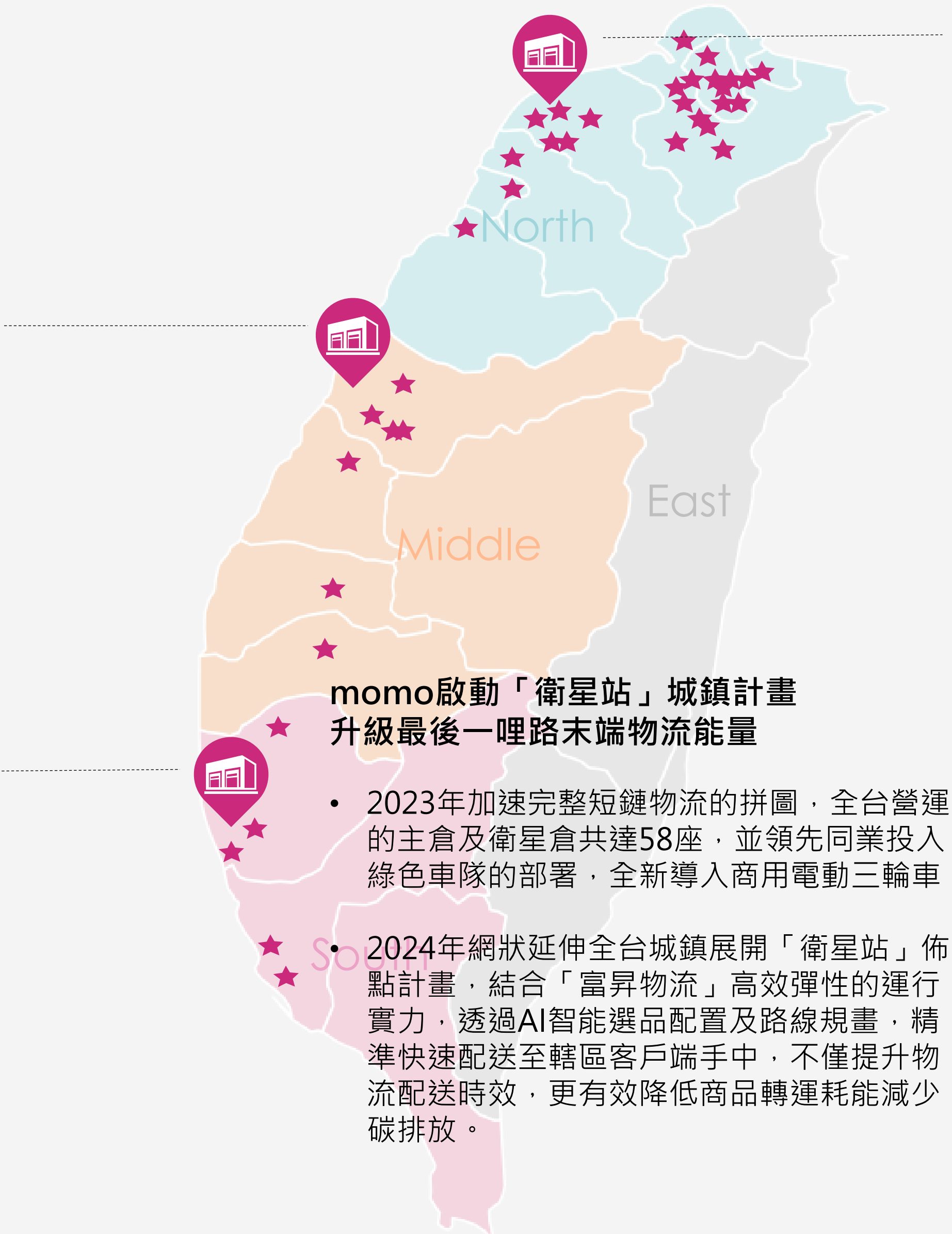
CDC 中區物流中心
建造工程於2023/11月動工



SDC 南區物流中心
2Q24試營運



NDC 北區物流中心
2017年正式啟用





商品、品牌價值 服務價值

- 2022合併營收1,034.4億元
- 綠色生活館業績成長42%，販售商品數增加312項
- 連續7年獲公司治理評鑑TOP5%肯定
- 兩度入選台灣永續指數(FTSE4GOOD)成分股
- 2022年momo永續表現共榮獲5項官方認證及13座專業機構獎項



綠色消費 價值

- 2022年太陽能累積發電量1,172,418度，減碳效益達596.76公噸
- 綠色採購金額2022年共計778,866,963元
- 透過添加30%再生料製成「momo 循環袋」，2022年出貨件數達22,822個，回收據點總計已突破10,000個
- 2022年平均單件包材重量為204.9公克，與2021年相比下降6.8%，緩衝材使用較2021年同期下降17.6%
- 綠色車隊採購車輛100%皆為環保車輛，已累積採購144台貨車符合一級能源效率、145台機車符合二級能源效率，並導入三輪商用電動機車



社會價值 人才價值

- 推廣51項公益與活動專案，公益慈善總金額達6,972萬元，創歷年新高
- 與消費者共創正向力量，號召momo會員響應捐款、捐物118,621人、受益人數115,363人次
- 對接國際關注重大議題，修訂《人權政策》，強化人權管理機制與保障範疇
- 平均每人受訓時數32.76小時，成長8%
- 教育訓練費用4,120,771元，每位正職員工平均訓練成本支出1,111元
- 線上學習總受訓時數達49,000小時，成長15%





<https://corp.momo.com.tw>

ir@fmt.com.tw



富邦金控 × momo × 台灣大哥大