

# 91APP

1Q24

連絡信箱：[ir@91app.com](mailto:ir@91app.com)

# 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。91APP, Inc (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。

1. D2C是零售產業數位轉型的**核心趨勢**，預估**D2C未來市場規模為實體零售的3成**，**成長空間大**。
2. 91APP 協助 **90% 銷售建立在實體場域的品牌與通路**，以**實體零售**的經營思維為核心，提供異質系統的整合，協助客戶達到更高效的OMO運作效益，加速推升**門市**與**電商**的業績。
3. 91APP 二大解決方案 (電子商務解決方案&數位行銷解決方案)，**雙成長引擎能有效協助實體零售D2C提升電商GMV**。
4. 91APP 在零售 SaaS 已深耕十年，具顯著競爭優勢，主要客戶為**中大型實體零售品牌及實體零售通路**。
5. 91APP 2023年 & 1Q24 營收成長增速**優於**整體零售產業增速，也優於其中的電商產業增速。

D2C: Direct-to-Consumer

OMO: Offline-Merge-Online / Online-Merge-Offline / Offline and Online Merge Together

01

市場觀點

02

營運資訊

03

財務資訊

04

Q&A

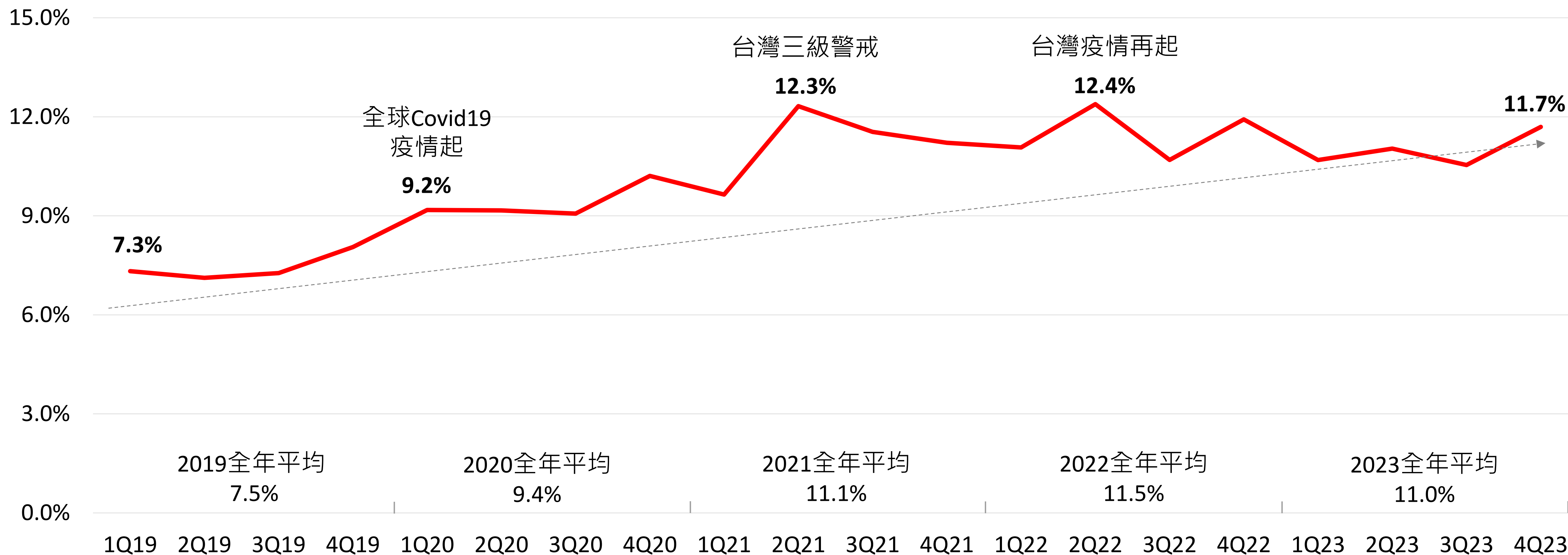
AGENDA

# 01 市場觀點

# 台灣電商持續向上

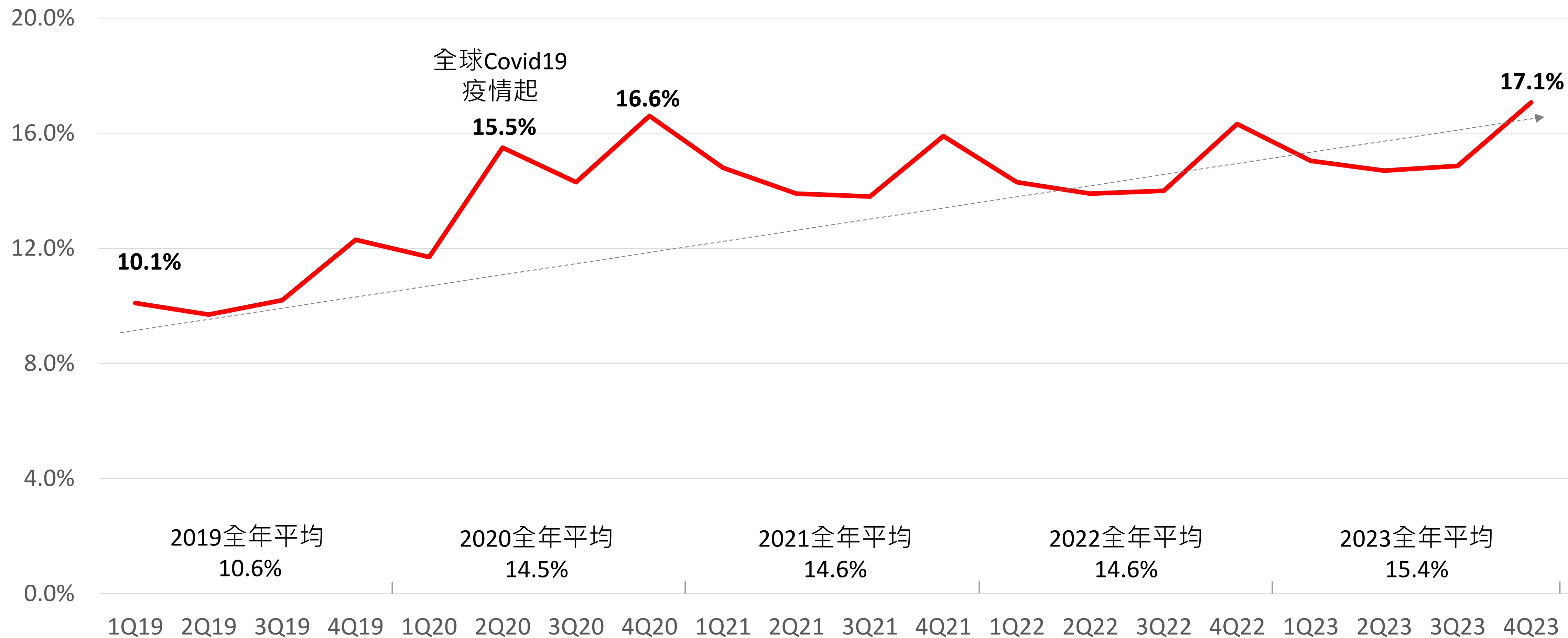
# 台灣電商滲透率

2023年為疫情解封後首年，對電商產業來說是挑戰的一年，然台灣電商滲透率在 4Q23仍回升至高點的11.7%。



# 美國電商滲透率

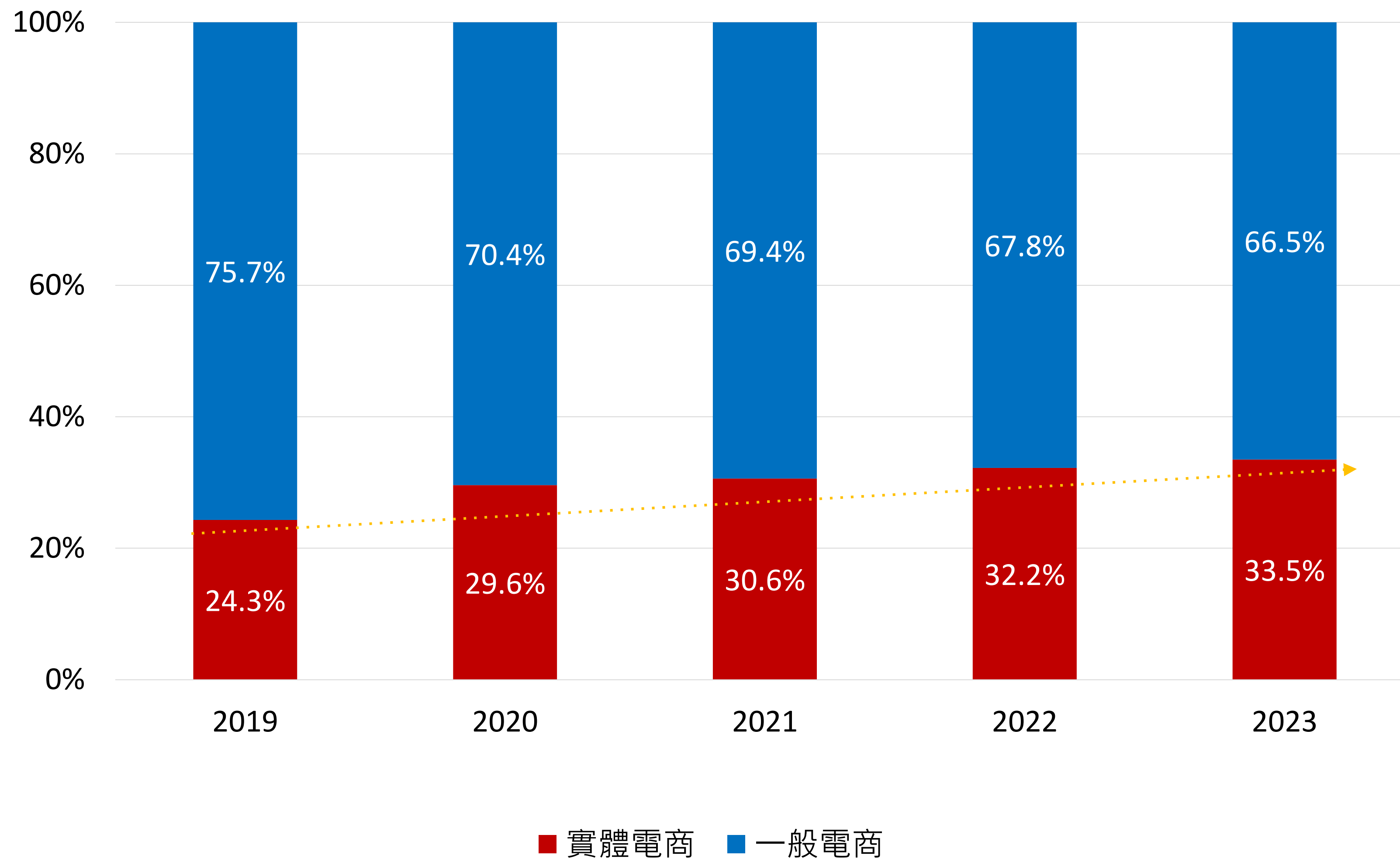
美國疫情解封後實體復甦，整體電商滲透率仍穩定上升，4Q23 美國電商滲透率再創新高至17.1%。  
由美國電商市場趨勢可見，台灣電商市場持續向上趨勢指日可待。





實體電商是主要動能

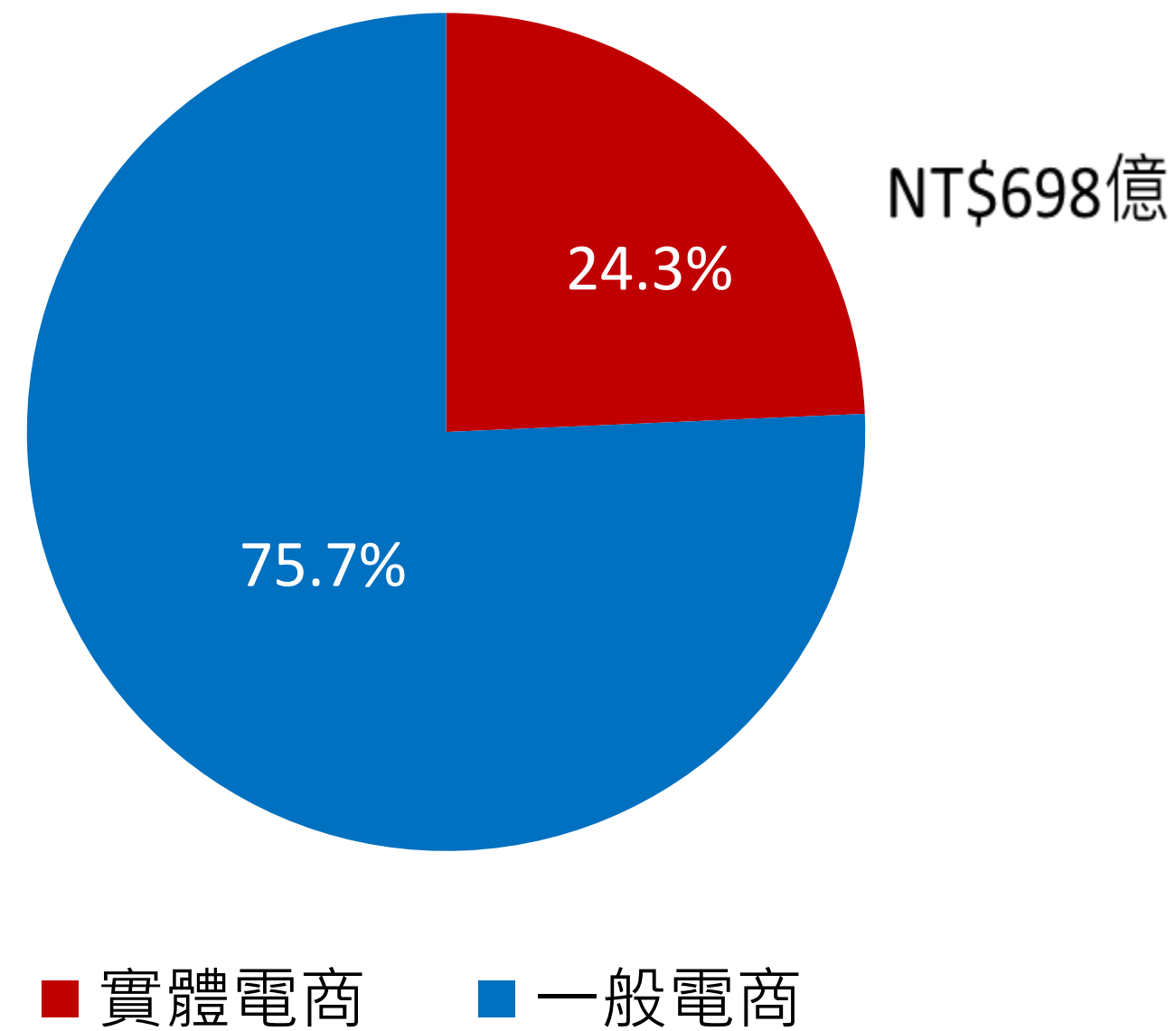
# 實體電商佔整體電商的比例



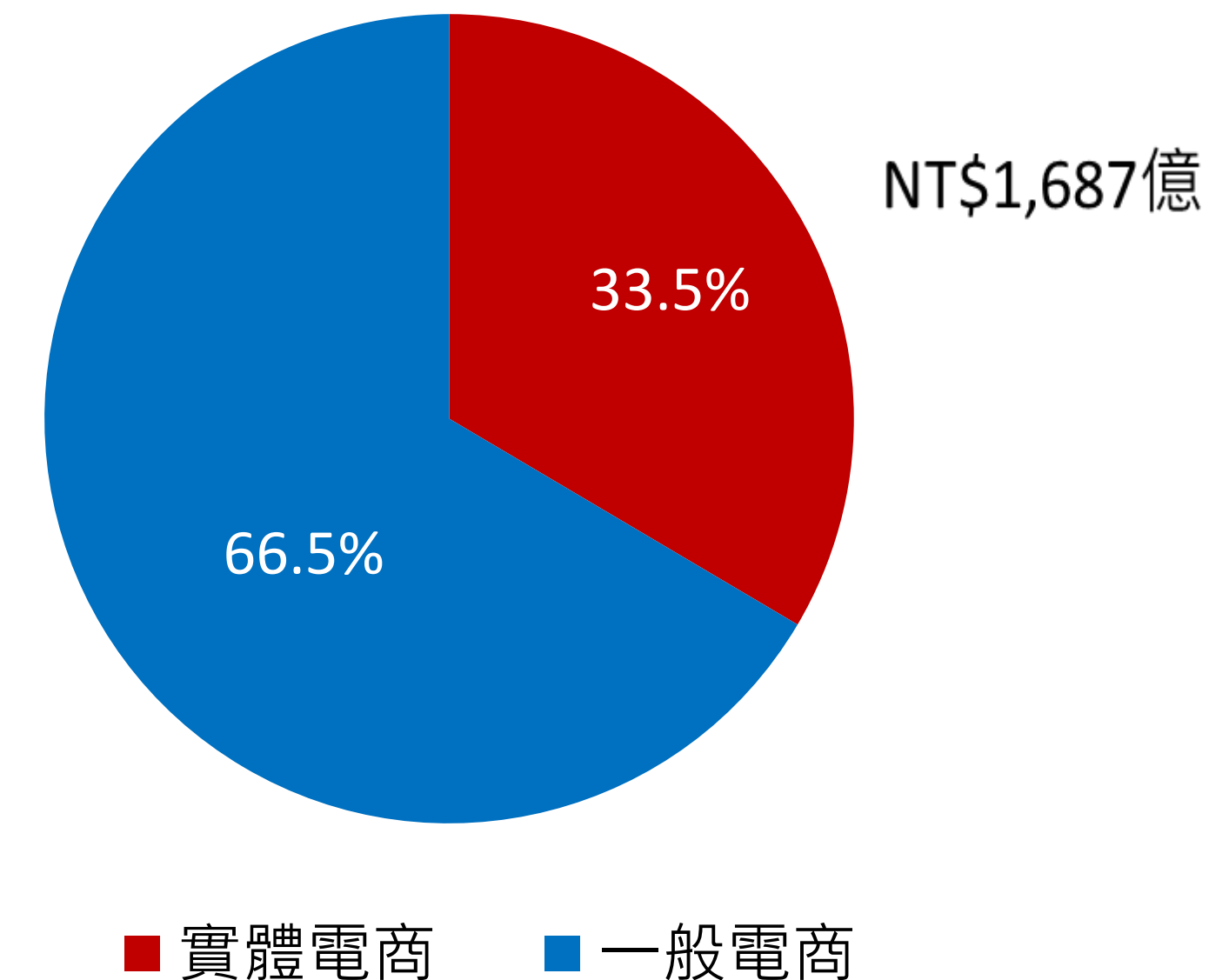
# 實體電商規模

近五年 (2019-2023)，台灣實體電商規模由NT\$698億增長至NT\$1,687億，且實體電商佔整體電商占比也由24.3%增長近10個百分點至33.5%，顯見D2C 成長趨勢強勁。

### 2019年電商



### 2023年電商



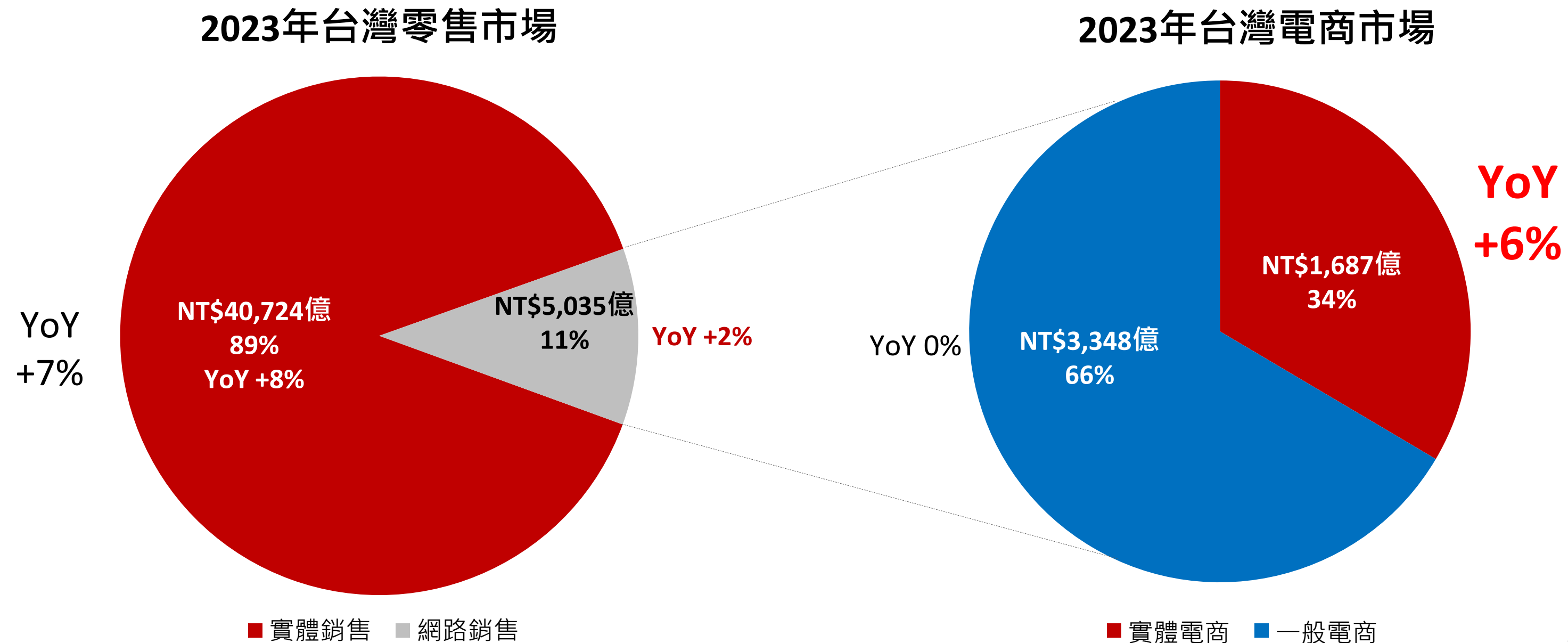
# 91APP 成長動能優於整體零售市場&電商產業

| NT\$ 億元 |       | 2022   | %    | 2023   | %    | YoY% |
|---------|-------|--------|------|--------|------|------|
|         | 實體銷售  | 37,886 | 89%  | 40,724 | 89%  | 8%   |
|         | 網路銷售  | 4,930  | 11%  | 5,035  | 11%  | 2%   |
|         | 零售總銷售 | 42,815 | 100% | 45,760 | 100% | 7%   |
| NT\$億元  |       | 2022   | %    | 2023   | %    | YoY% |
| D2C     | 實體電商  | 1,589  | 32%  | 1,687  | 34%  | 6%   |
| B2C     | 一般電商  | 3,341  | 68%  | 3,348  | 66%  | 0%   |
|         | 網路銷售  | 4,930  | 100% | 5,035  | 100% | 2%   |

**91APP  
2023**

**YoY  
+10%**

資料來源：經濟部統計處

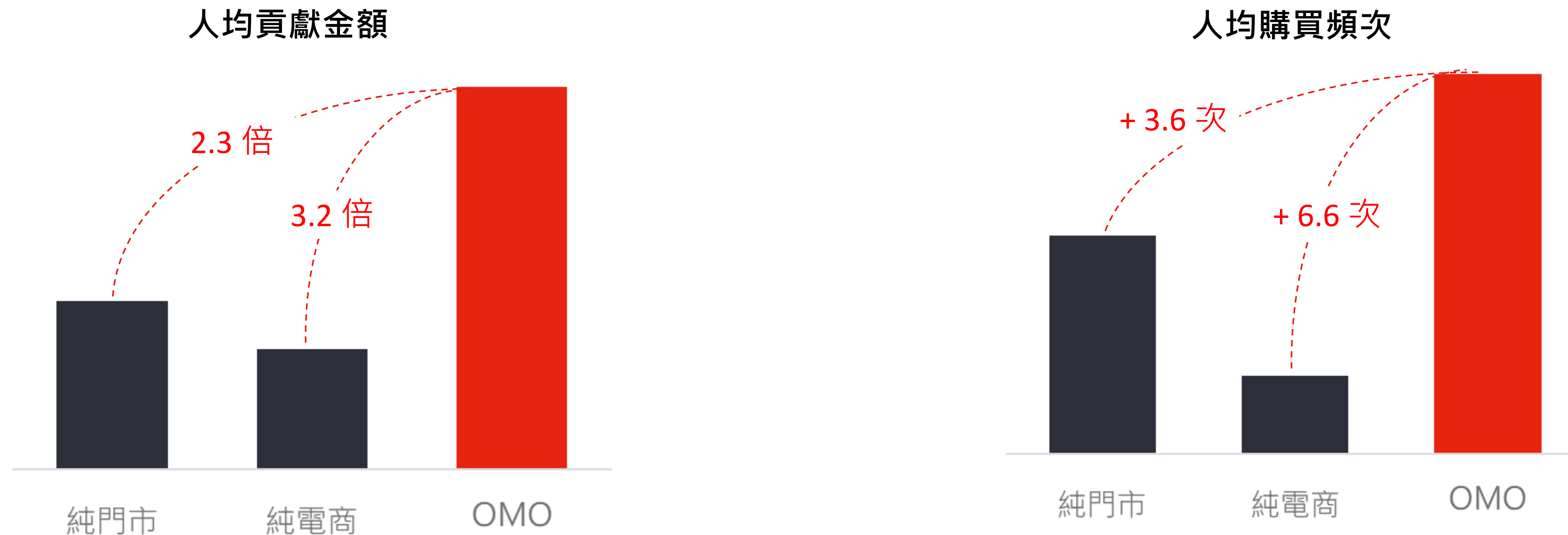


91APP 2023年營收  
YoY +10%  
**優於**零售總銷售/  
實體銷售/  
網路銷售(實體電商  
及一般電商) 增長

# 實體電商的關鍵在OMO

# OMO消費者是品牌的高價值顧客

相較只在單一通路消費的顧客  
電商與實體均有交易的OMO會員為品牌帶來更顯著的效益

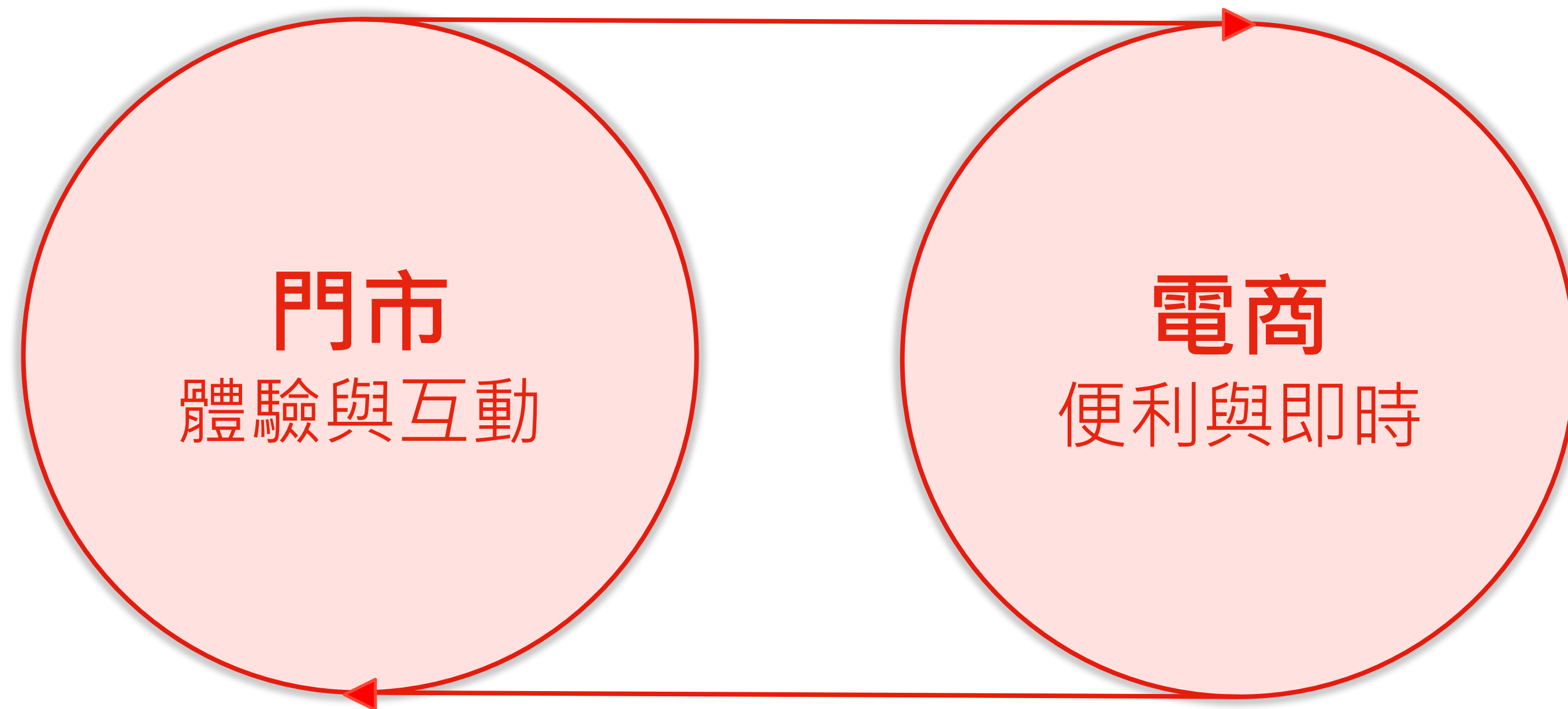


\* 虛實融合 (Offline-Merge-Online / Online-Merge-Offline / Offline and Online Merge Together, 簡稱OMO)

資料來源：<91APP零售研究>, OMO消費者相較單一通路消費者的成效均值  
分析區間：2022/4/1-2023/3/30

# OMO策略：善用特性、優勢互融

91APP 協助 90% 銷售建立在實體場域的品牌與通路，以實體零售的經營思維為核心，提供異質系統的整合，協助客戶達到更高效的OMO運作效益，加速推升門市與電商的業績。



# 實體電商成長潛力大

零售市場  
NT\$4.6兆 ~  
(US\$143bn~)  
(100%)

實體電商  
est. NT\$1.2兆 ~  
(US\$38bn~)  
(27% ~)

一般電商  
NT\$0.3兆 ~  
(US\$10bn~)  
(7%)

消費者早已虛實融合 (OMO)

電商成長趨勢向上  
電商成長動能在實體電商  
實體電商為實體零售的3~5成

實體電商成長潛力大



## 02 營運資訊

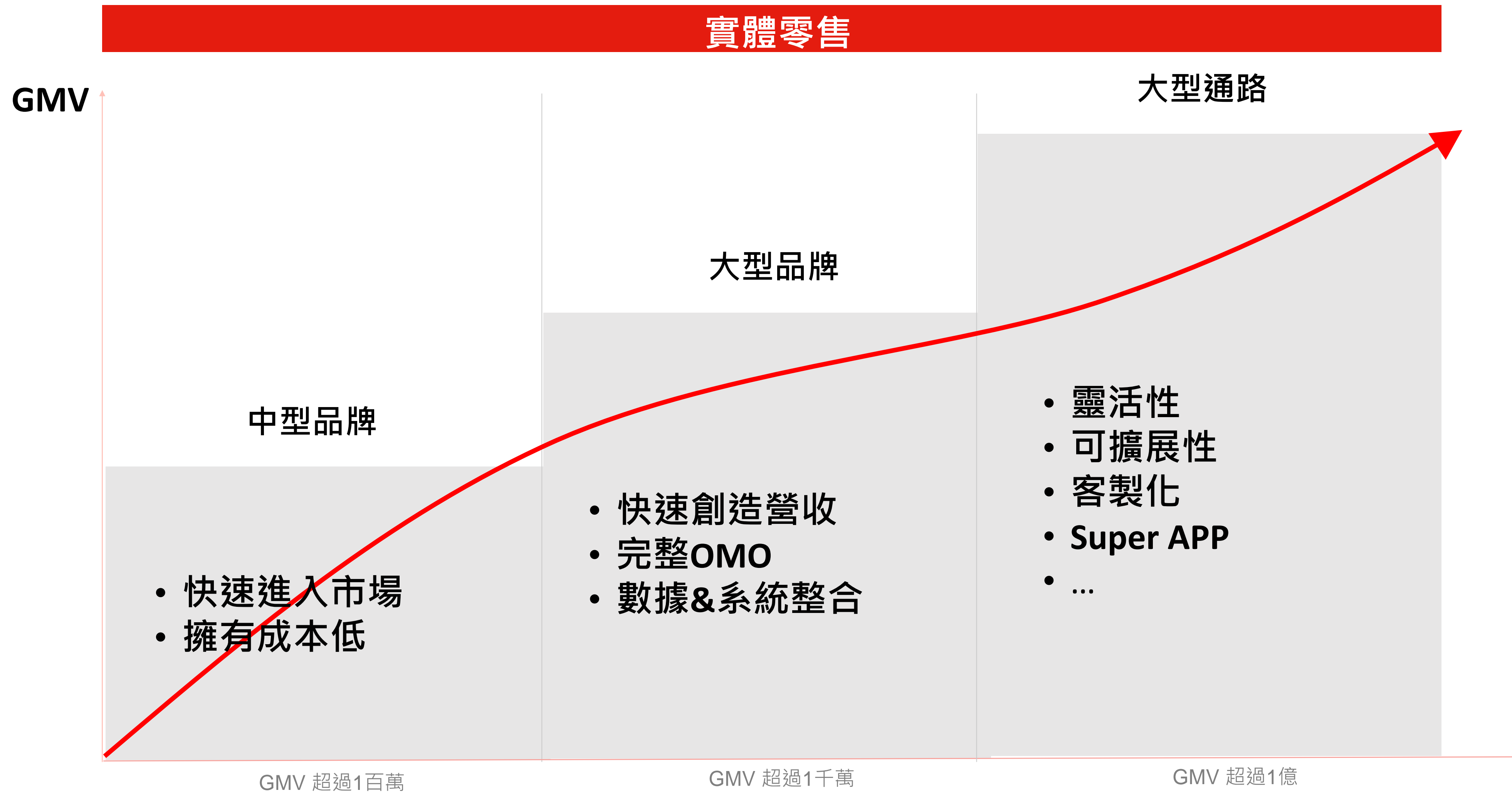
# 獨特的二大解決方案創造綜效



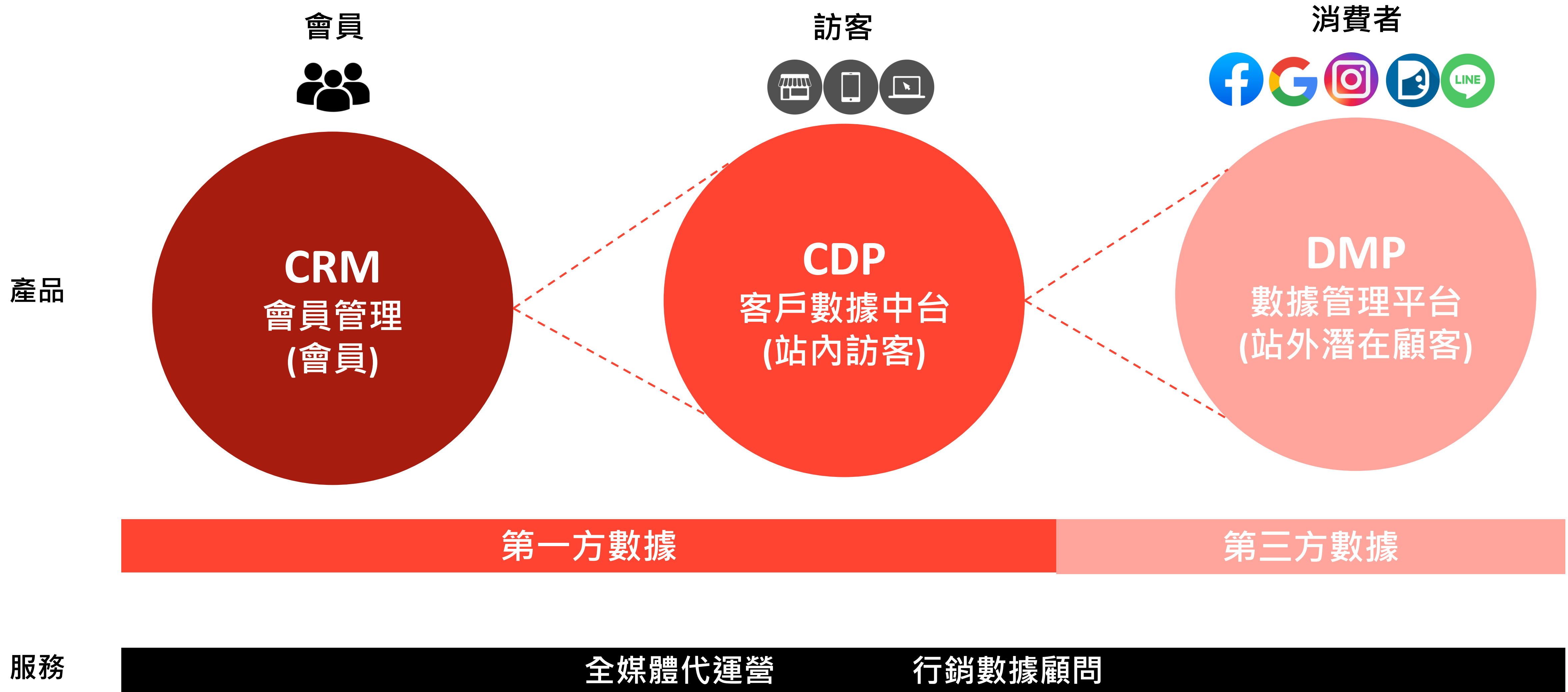
\* 存貨管理系統 (Inventory Management System, 簡稱IMS)  
\* 客戶關係管理 (Customer Relationship Management, 簡稱CRM)  
\* 客戶數據中台 (Customer Data Platform, 簡稱CDP)  
\* 數據管理平台 (Data Management Platform, 簡稱DMP)

| 先進的零售商務SaaS系統   |  | API 整合                                | 增值服務                 |
|---|--|---------------------------------------|----------------------|
| <b>全通路銷售管道</b><br>- EC APP<br>- EC WEB<br>- LINE OA<br>- 門市 (OMO) | <b>虛實融合OMO</b><br>- 以實體零售打造OMO<br>- 無縫串接客戶既有重大投資系統(POS, ERP) | 系統串接架構<br>商品/訂單/庫存<br>會員/點數/折扣<br>... | <b>品牌<br/>代運營服務</b>  |
| <b>智慧商務管理系統</b><br><b>存貨管理系統(IMS)</b>                             | <b>完整金流系統</b><br><b>物流系統串接整合</b>                             |                                       | <b>業績成長<br/>顧問服務</b> |
| <b>企業級基礎架構</b><br>資安防護 / SOC2 / 個資保護 / 瞬間巨量乘載                     |  |                                       |                      |

# 先進的電子商務解決方案加速數位轉型



# 數位行銷解決方案 Marketing Solution



\* 客戶關係管理 (Customer Relationship Management, 簡稱CRM)  
\* 客戶數據中台 (Customer Data Platform, 簡稱CDP)  
\* 數據管理平台 (Data Management Platform, 簡稱 DMP)

## 洞察分析

### 全面營運洞察追蹤

以直覺化洞察報告，提供品牌更快速、有效率之洞察方式，健檢品牌

- 快速健檢公私域成效表現
- 洞析商品購買特性 & 客群輪廓
- 全面檢視會員經營狀況

營銷洞察

會員經營分析

受眾探索

購物轉換  
分析

業績表現

回購表現

新舊客  
分析

成效歸因  
分析

消費會員

會員等級  
分析

購物關聯  
分析

註冊/  
新客

## 受眾標籤

### 公私域應用新助力

以六大標籤細緻化分眾，搭配洞察報告找出溝通切角，強化經營公 / 私域流量

- 提升新客獲客效益
- 活化舊有客群

CDP 第一方數據

DMP 第三方數據

行為  
標籤

商品  
標籤

品牌  
標籤

興趣  
標籤

流量  
標籤

品類  
標籤

## 個人化行銷

### 自動化探索及溝通會員

意圖分群探索高購買意圖會員  
個人化行銷，定期自動化溝通會員

- 提升新客獲客效益
- 活化舊有客群

DCIU

個人化行銷

決策

猶豫

受眾  
設定

自動  
排程

興趣

沒興  
趣

自動  
文案

行銷  
溝通

# 以企業級品牌及通路為目標客戶

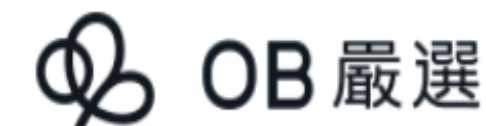
|    | 品牌  | 通路  |
|----|---|---|
| 實體 |   |   |
| 電商 |  |  |

# 跨國零售品牌客戶

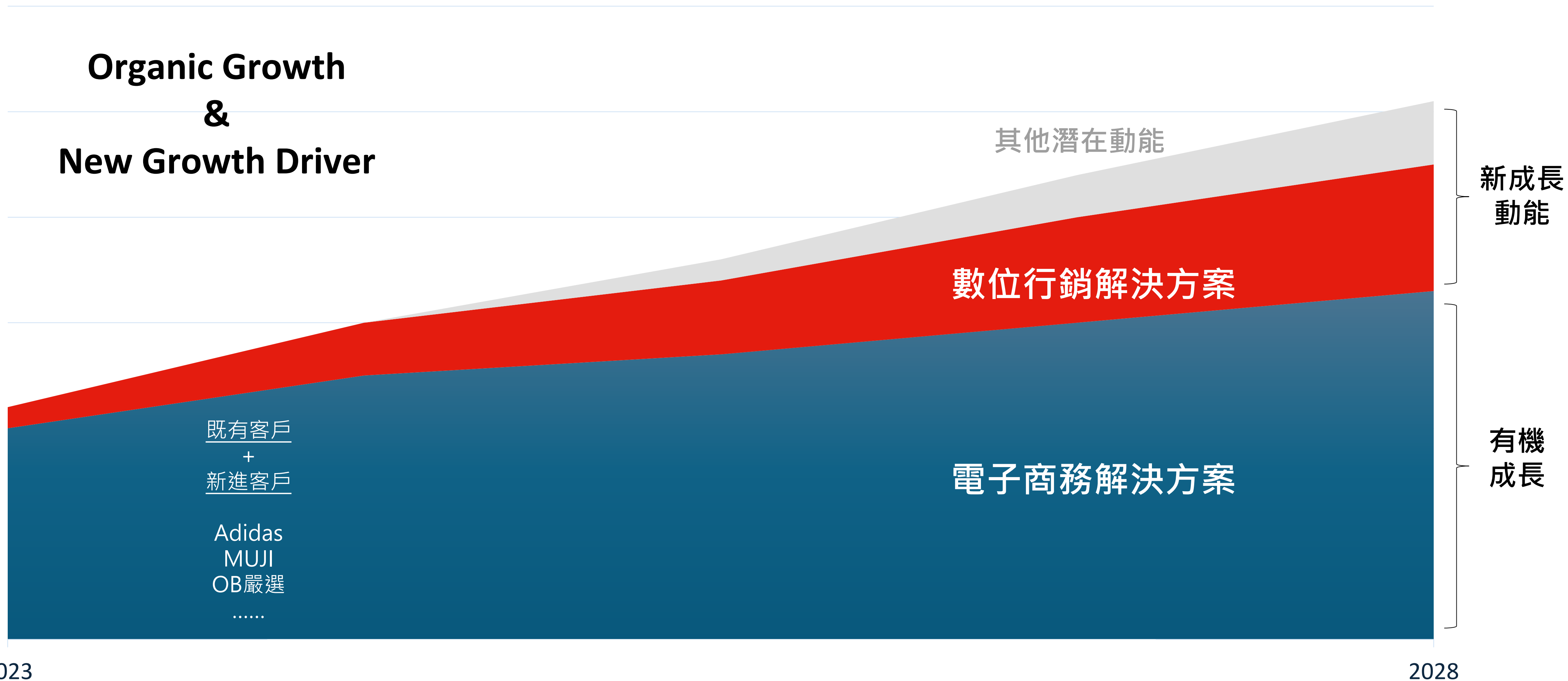




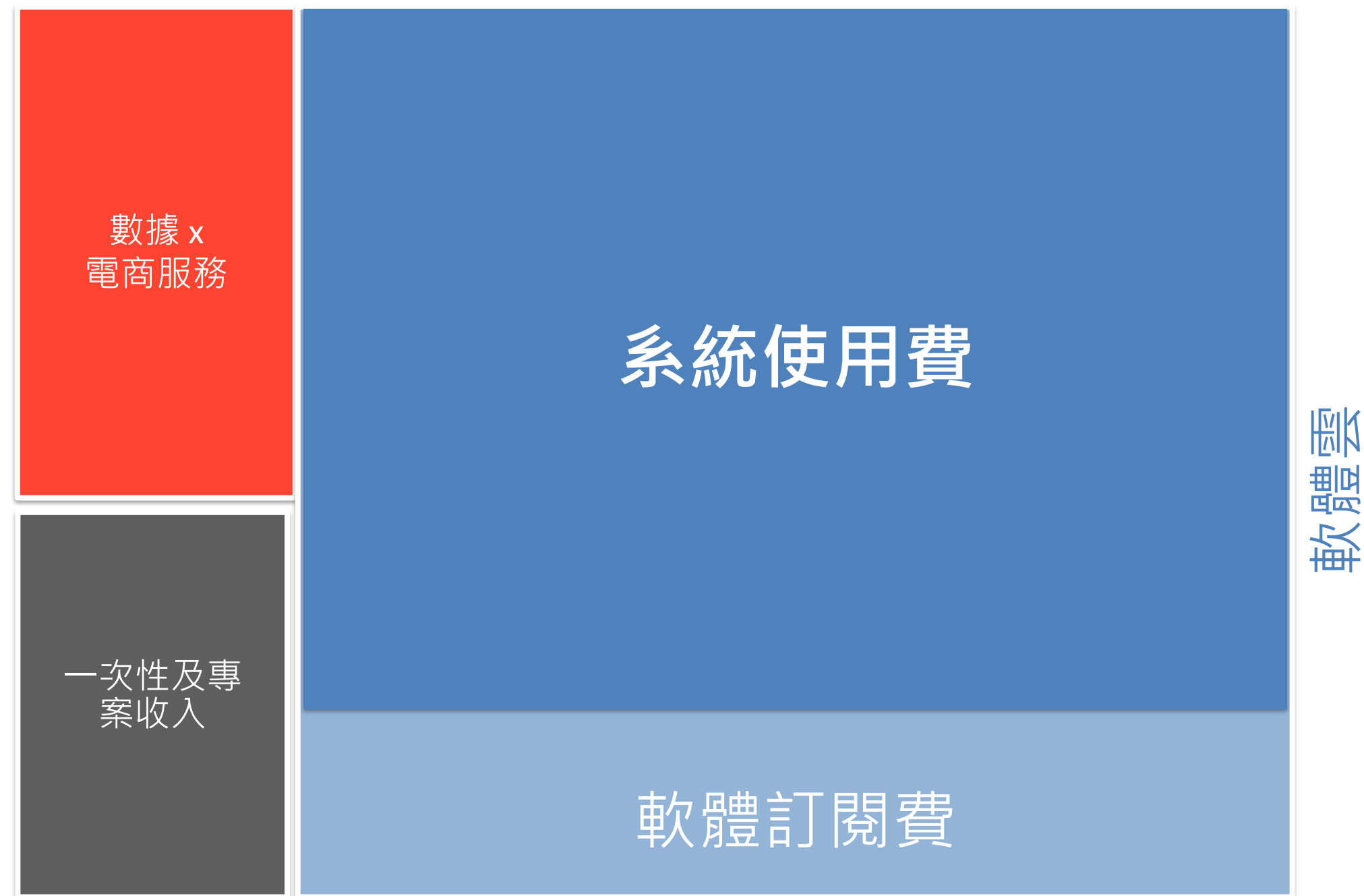
# 台灣零售品牌客戶



## Growth Driver



# 03 財務資訊



零售軟體雲：軟體訂閱 + 系統使用費  
 系統使用費：電商交易總額(GMV) x 固定比率  
 數據x電商服務：品牌代運營服務 + 全媒體代運營服務

# 近5年合併營收

新台幣, 百萬

2,000

1,600

1,200

800

400

-

2019

2020

2021

2022

2023

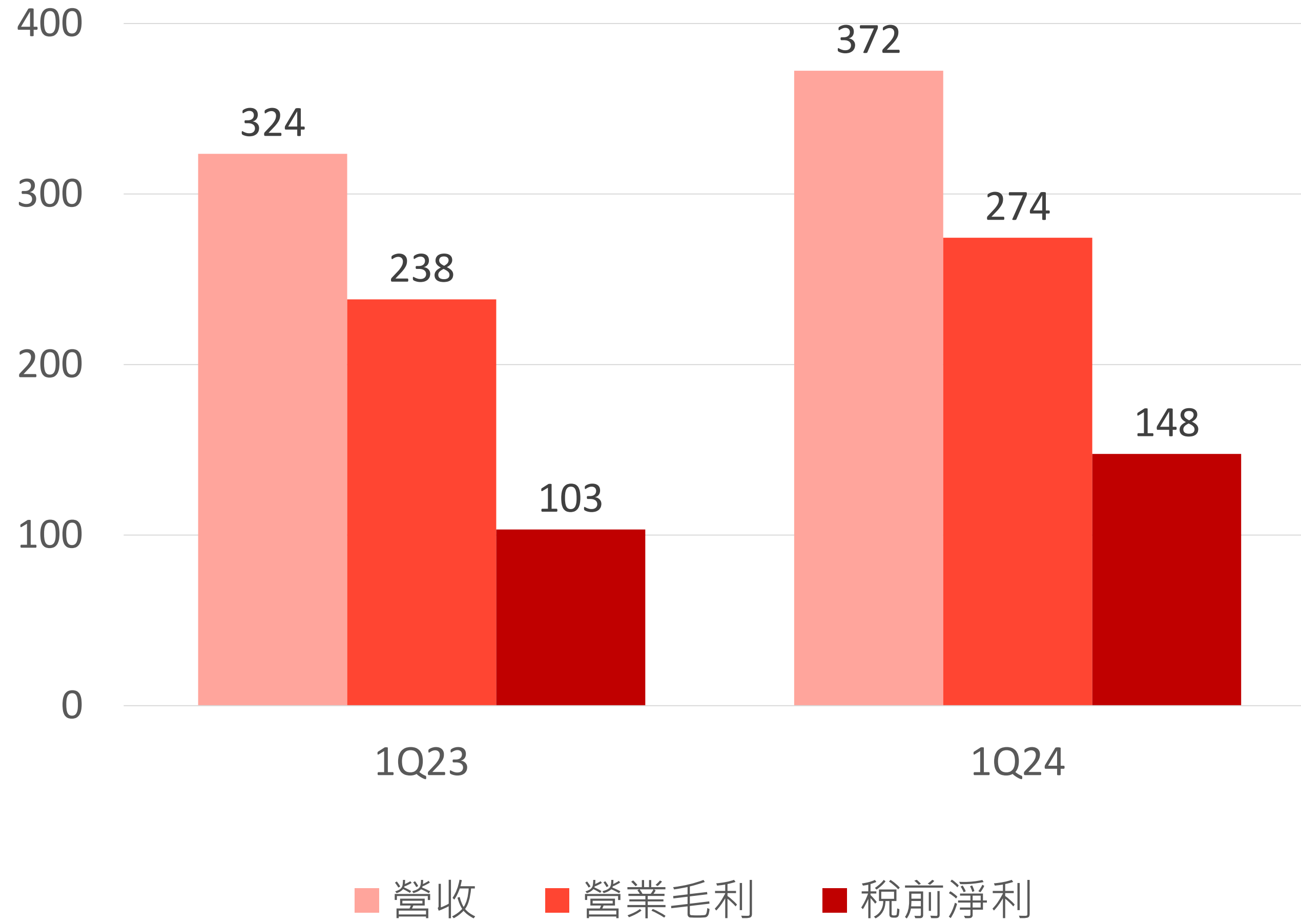
669

1,389

5年成長  
+2.08倍

# 1Q24 合併損益分析

新台幣, 百萬

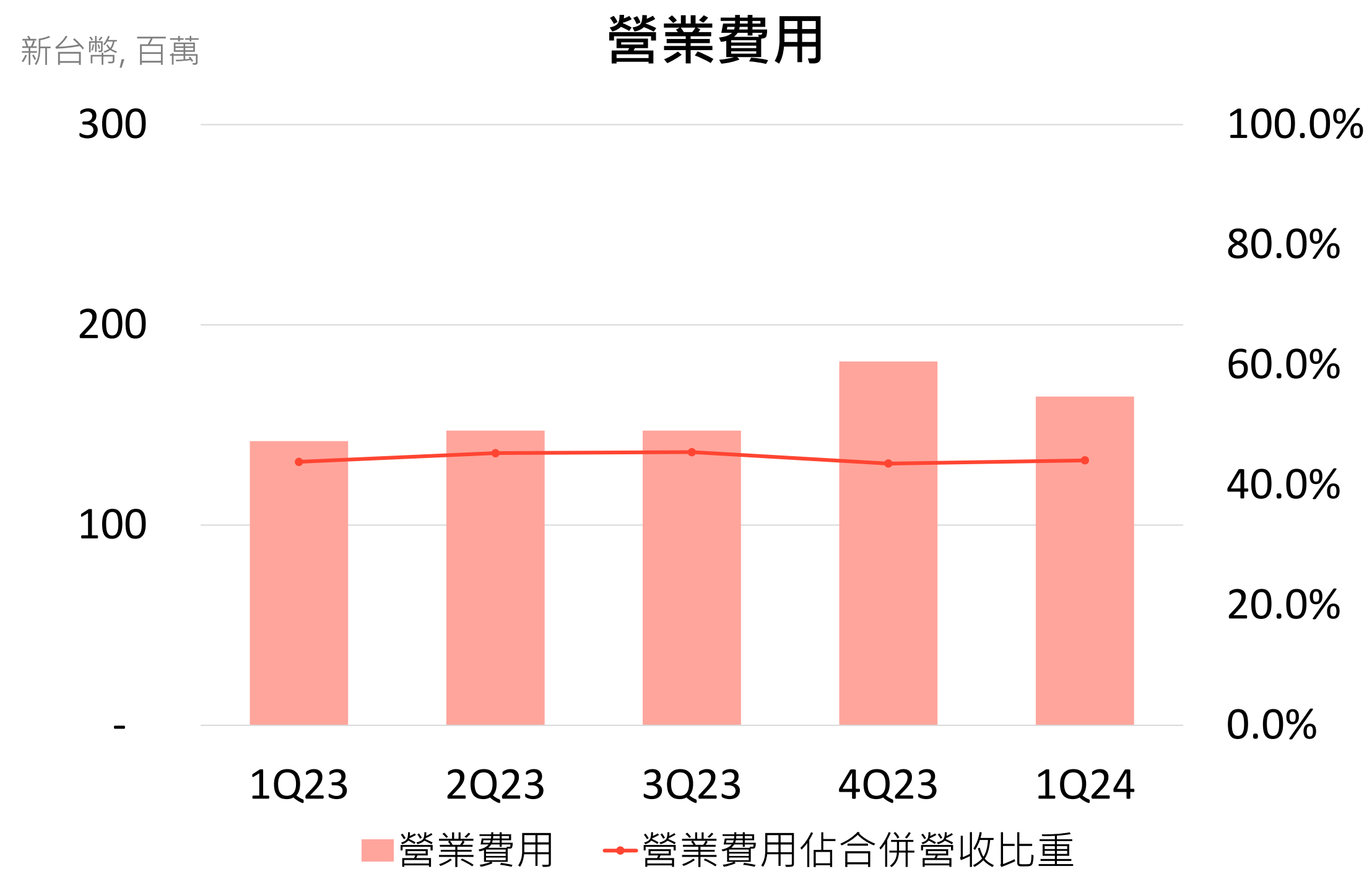
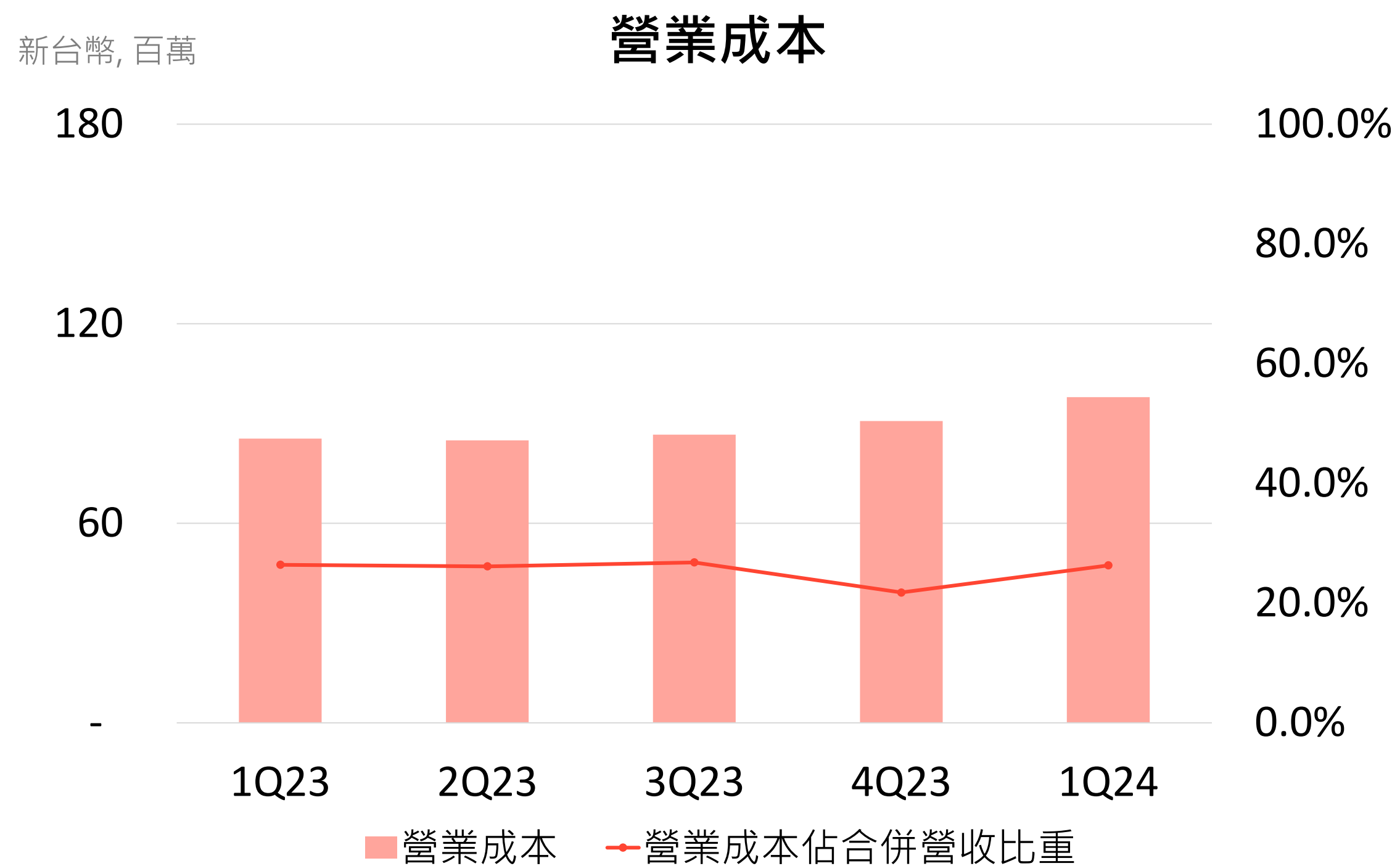


營收 YoY  
15.0%

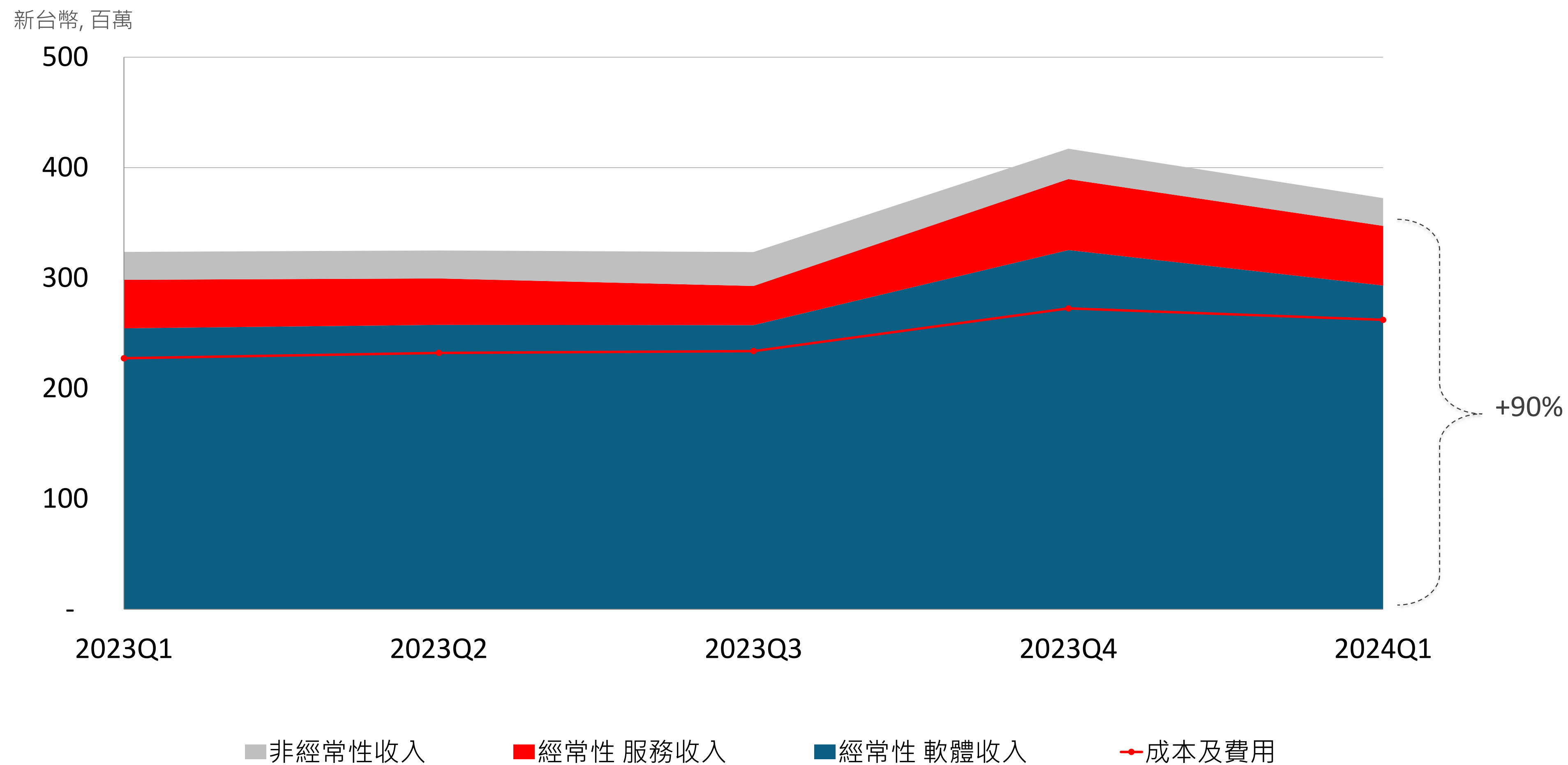
營業毛利 YoY  
15.2%

稅前淨利 YoY  
42.9%

# 營業成本及營業費用



# 90%以上經常性收入形成穩固基礎





# 04 Q&A

# 91APP

OMO EMPOWER RETAIL BRAND

連絡信箱：[ir@91app.com](mailto:ir@91app.com)