

91APP

4Q24

連絡信箱：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。

01

市場觀點

02

營運資訊

03

財務資訊

04

Q&A

01 市場觀點

1. 台灣電商持續向上

(電商已成為台灣零售產業的最大通路)

2. 實體電商 (D2C) 是電商市場主要的成長動能

3. 虛實融合 (OMO) 是零售終局

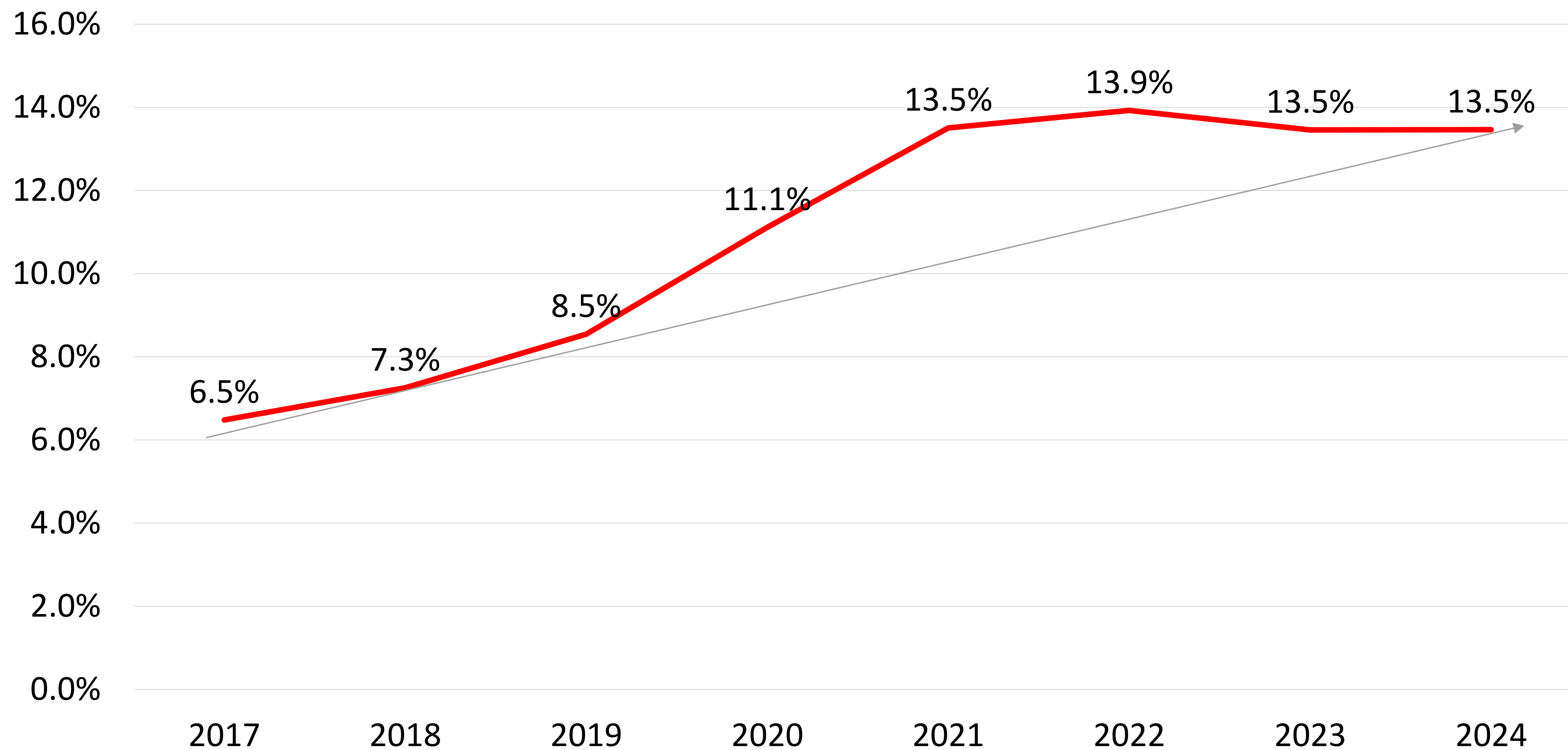
D2C: Direct-to-Consumer

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

台灣電商持續向上

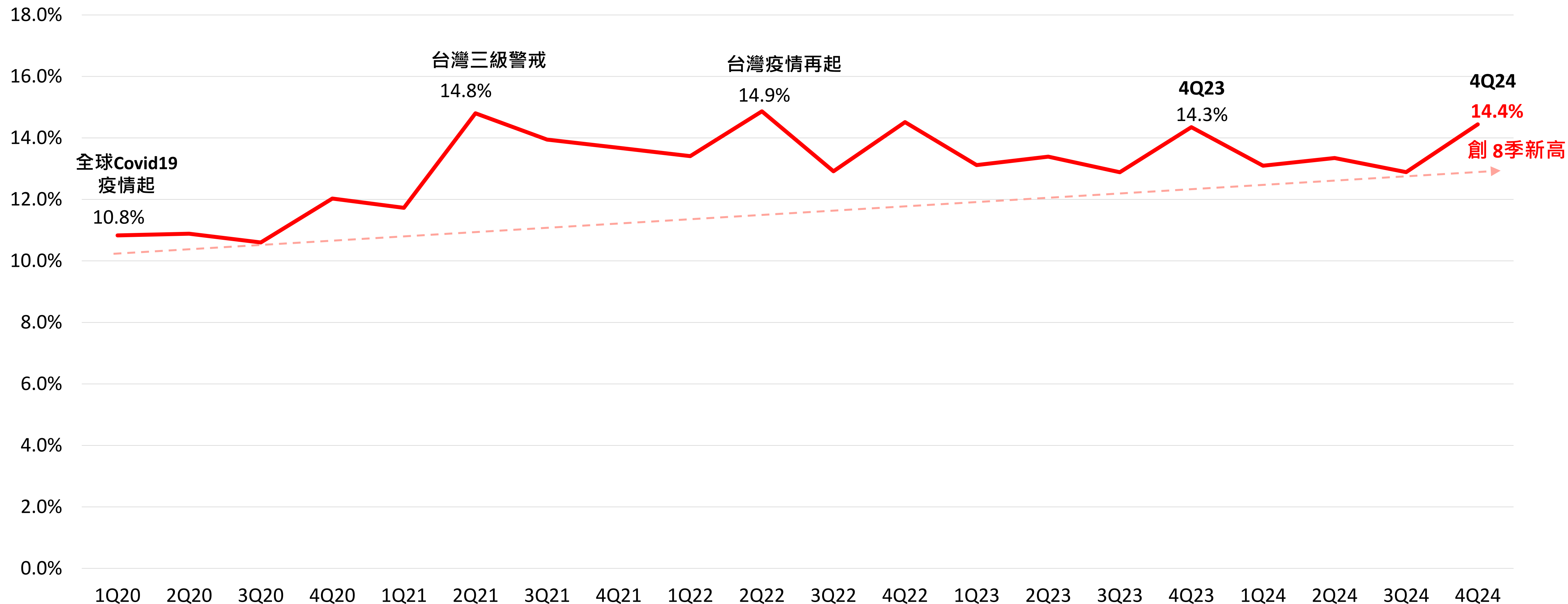
台灣電商滲透率

2017年~2024年(近8年)台灣電商滲透率趨勢向上，2021~2022年疫情爆發後，電商滲透率仍維持在13.5%。



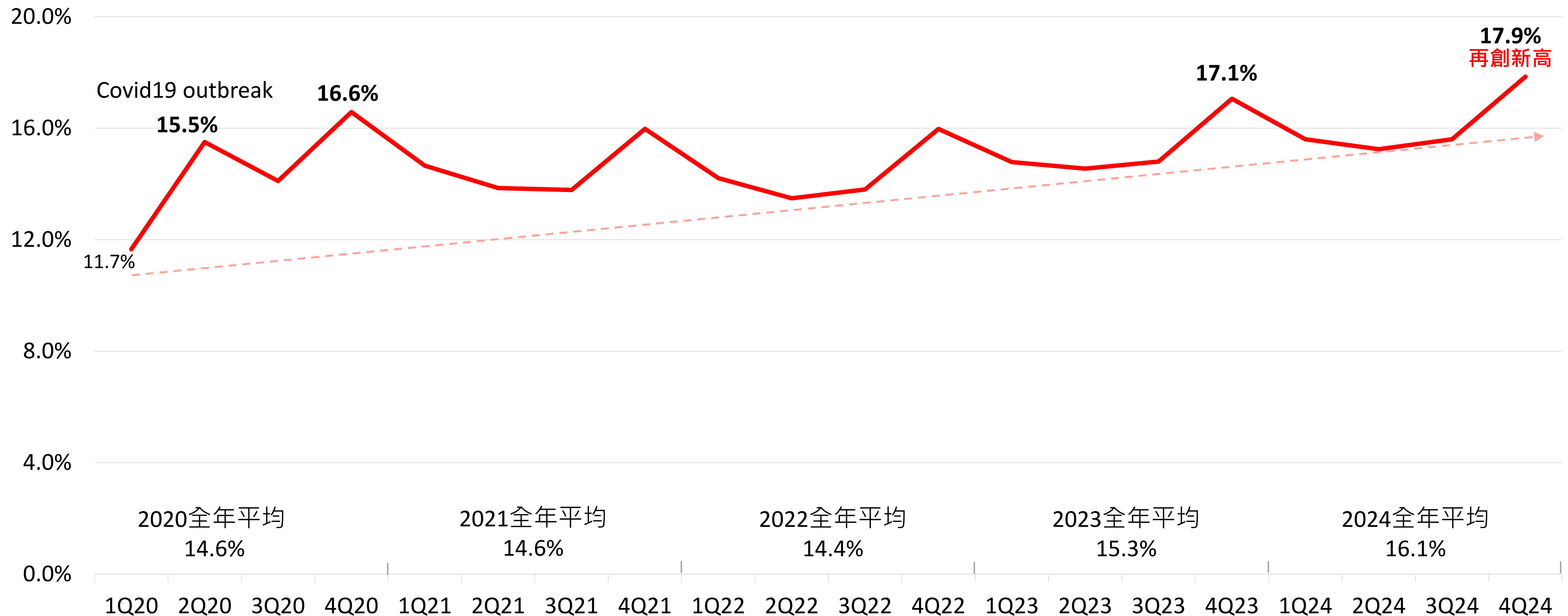
台灣電商滲透率

2023-2024年疫後實體消費回溫，電商持續穩健成長，4Q24電商滲透率達14.4%，創近8季新高。

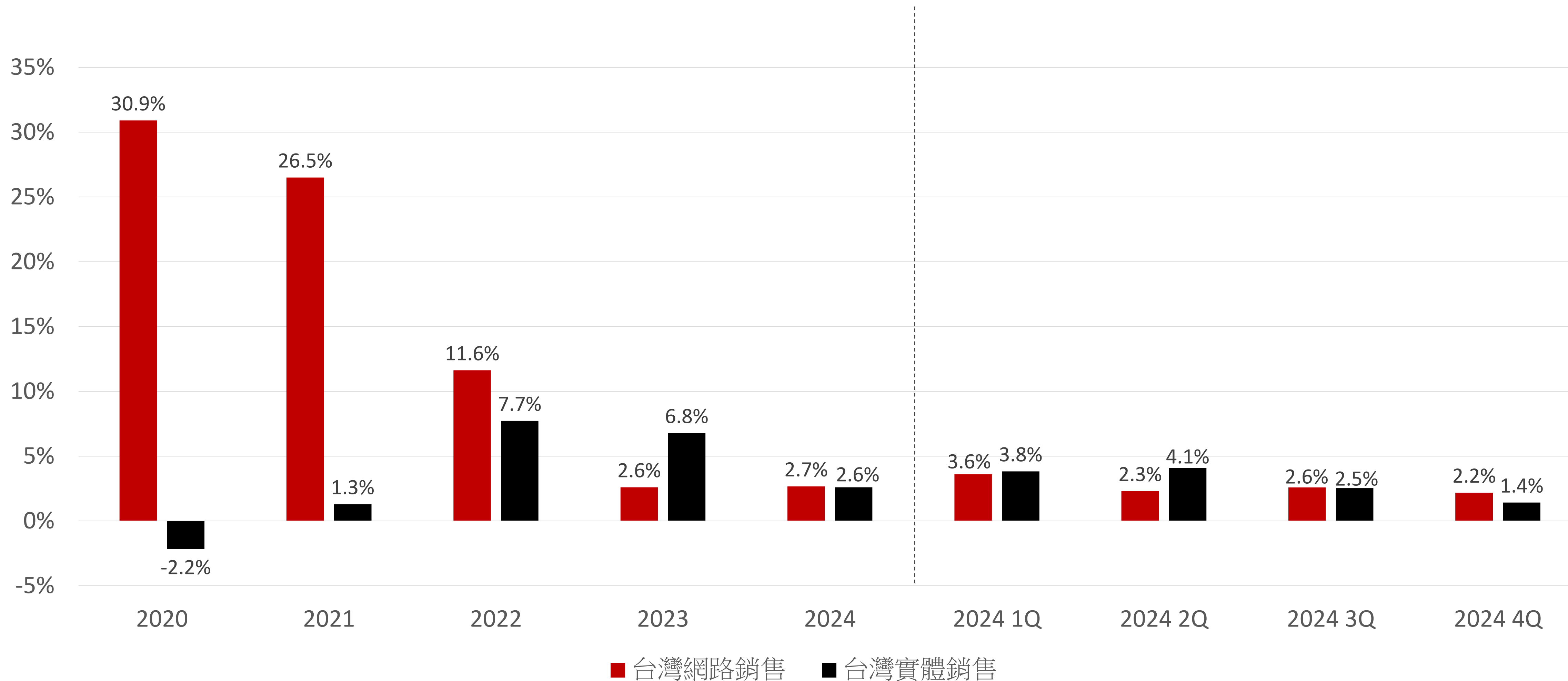


美國電商滲透率

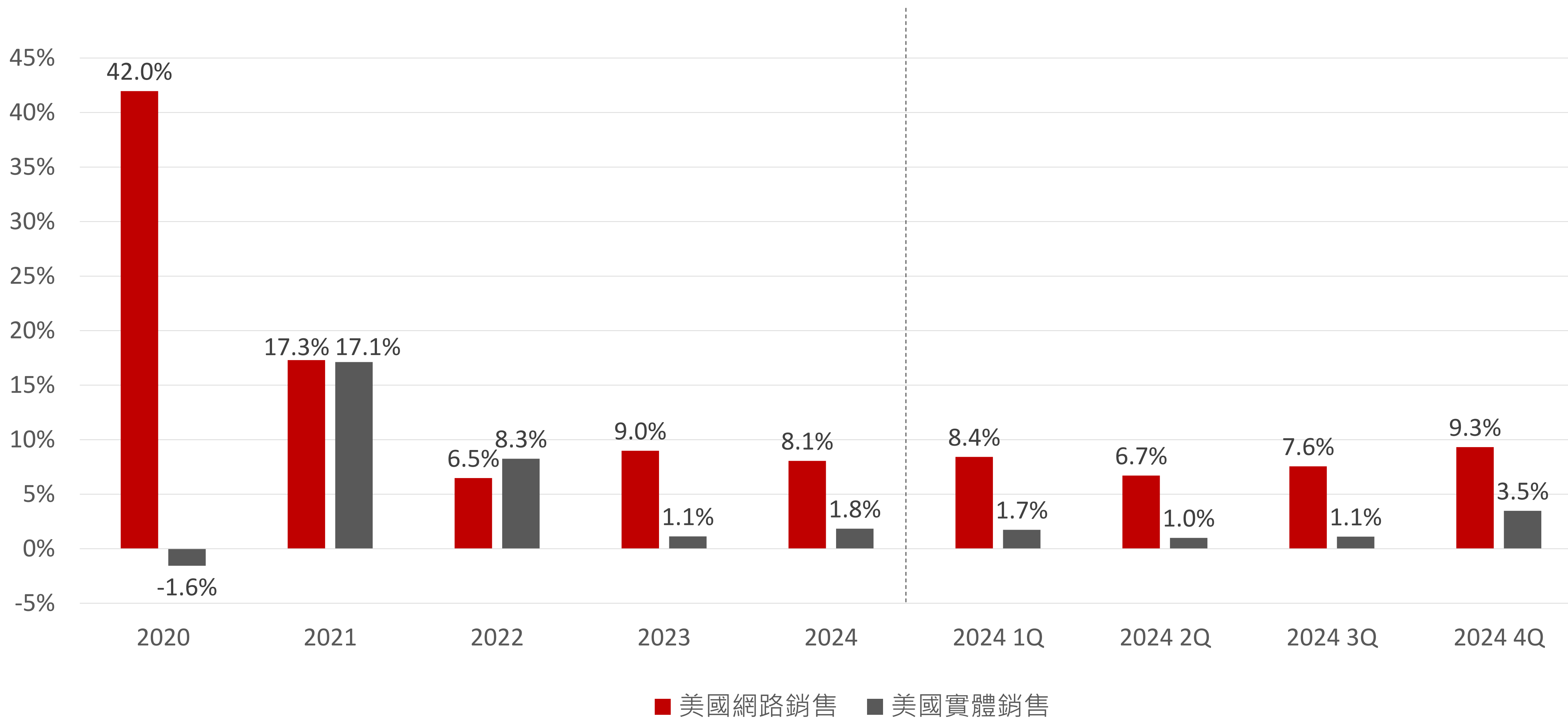
美國疫情解封後實體復甦，整體電商滲透率仍穩定上升，4Q24 美國電商滲透率再創新高至17.9%。由美國電商市場趨勢可見，台灣電商市場持續向上趨勢指日可待。



網路銷售 vs. 實體銷售 (台灣 YOY)



網路銷售 vs. 實體銷售 (美國 YOY)



電商已成為台灣零售產業的最大通路

1. 電商在 2019 ~ 2024 年市場規模增長近翻倍，已成為台灣零售產業中規模最大的通路。
2. 電商的快速增長顯示消費者購物習慣的轉變，對零售業的影響逐漸顯現。
3. 電商規模持續向上。

(NT\$億)	百貨	超市	便利店	量販店	其他綜合商品零售業	電商
2019	3,568	2,010	3,301	2,061	1,692	3,356
2020	3,562	2,200	3,497	2,229	1,196	4,393
2021	3,451	2,349	3,453	2,362	1,077	5,557
2022	3,988	2,420	3,732	2,431	1,183	6,203
2023	4,427	2,444	4,018	2,377	1,501	6,364
2024	4,478	2,598	4,235	2,484	1,626	6,533

電商	一般電商 B2C	%	實體電商 D2C	%
3,356	2,559	76%	797	24%
4,393	3,203	73%	1,190	27%
5,557	4,035	73%	1,522	27%
6,203	4,425	71%	1,778	29%
6,364	4,438	70%	1,926	30%
6,533	4,524	69%	2,009	31%

備註：

1. 綜合商品零售業的統計數據（包括百貨、超市、便利店、量販店及其他綜合商品零售業）已納入網路銷售金額，經濟部統計處目前尚未提供扣除網路銷售後的分項數據。但即便如此，電商仍為最大通路，若各項數據進一步扣除網路銷售金額，其差距將更加顯著。
2. 綜合商品零售業的網路銷售金額分別為：2019年123億元(佔綜合商品零售業的1.0%)、2020年216億元(佔綜合商品零售業的1.7%)、2021年329億元(佔綜合商品零售業的2.6%)、2022年380億元(佔綜合商品零售業的2.8%)、2023年394億元(佔綜合商品零售業的2.7%)，以及2024年418億元(佔綜合商品零售業的2.7%)。

實體電商 (D2C) 是電商市場主要的成長動能

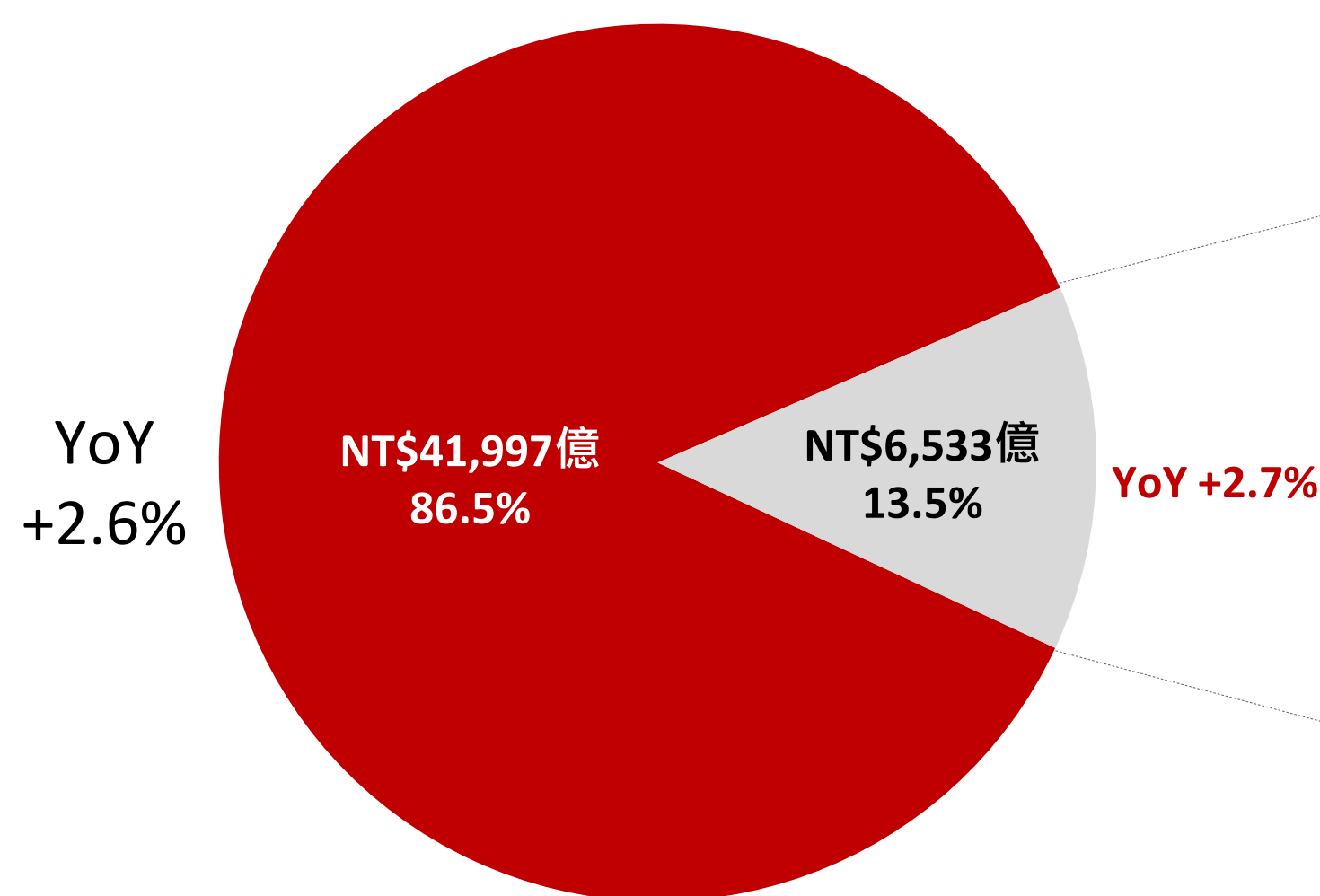
實體電商 D2C 為電商市場主要成長動能

	2022		2023		2024		
	NT\$億	%	NT\$億	%	NT\$億	%	YoY%
實體銷售	38,336	86.1%	40,933	86.5%	41,997	86.5%	2.6%
網路銷售	6,203	13.9%	6,364	13.5%	6,533	13.5%	2.7%
零售總銷售	44,539	100.0%	47,298	100.0%	48,530	100.0%	2.6%

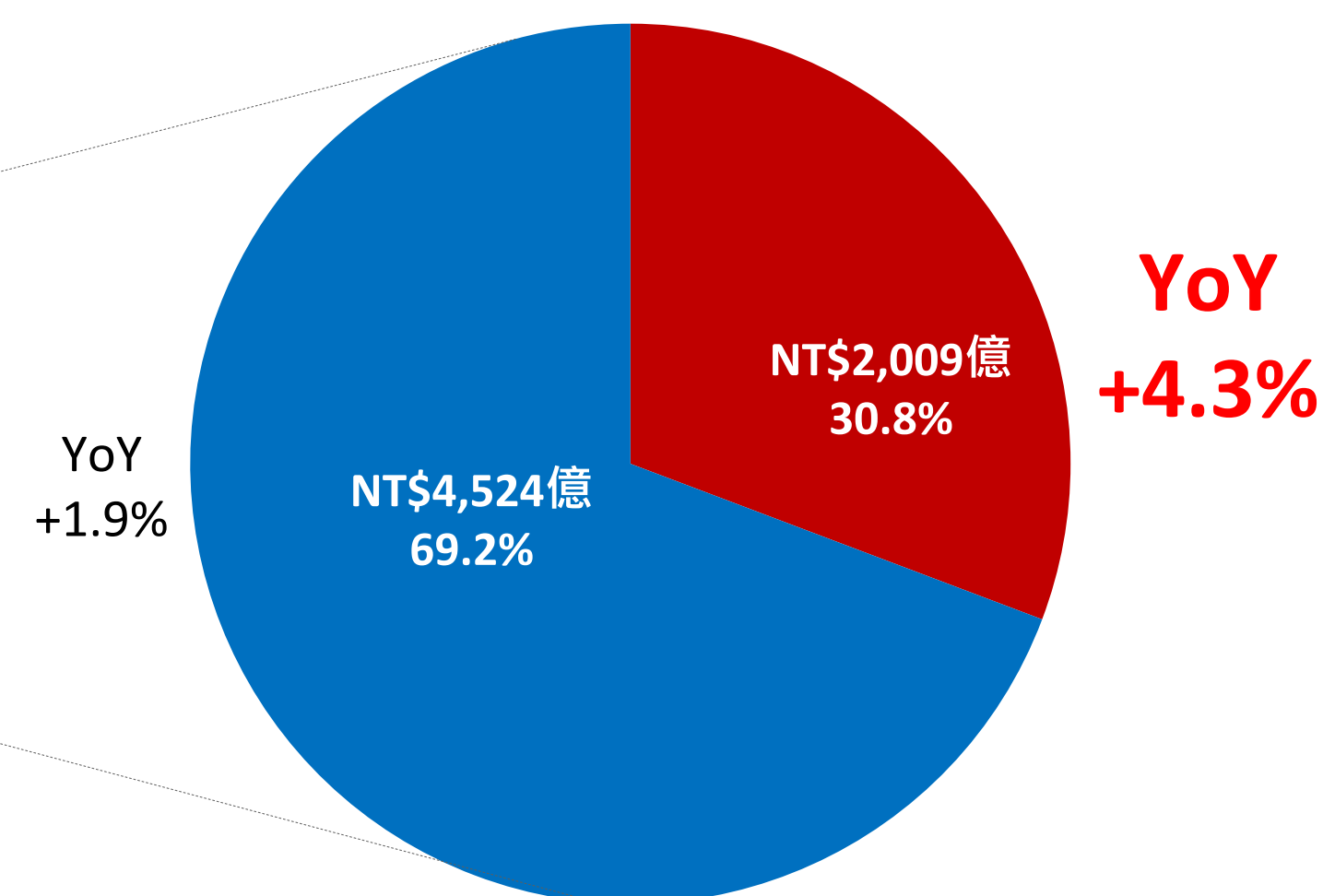
	2022		2023		2024		
	NT\$億	%	NT\$億	%	NT\$億	%	YoY%
D2C 實體電商	1,778	28.7%	1,926	30.3%	2,009	30.8%	4.3%
B2C 一般電商	4,425	71.3%	4,438	69.7%	4,524	69.2%	1.9%
網路銷售	6,203	100.0%	6,364	100.0%	6,533	100.0%	2.7%

91APP
2024年營收YoY+17%
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

2024年台灣零售市場



2024年台灣電商市場

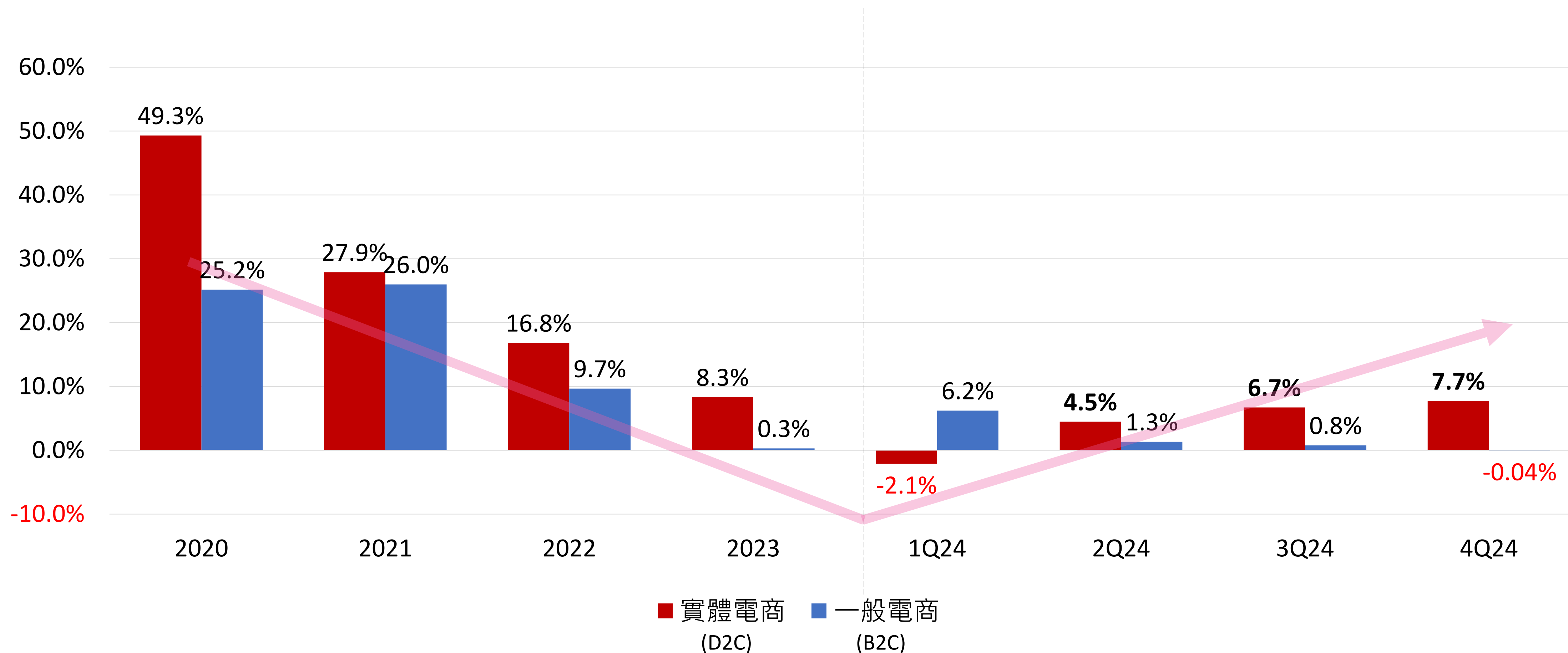


■ 實體銷售 ■ 網路銷售

■ 實體電商 ■ 一般電商

2020-2024 實體電商 vs. 一般電商

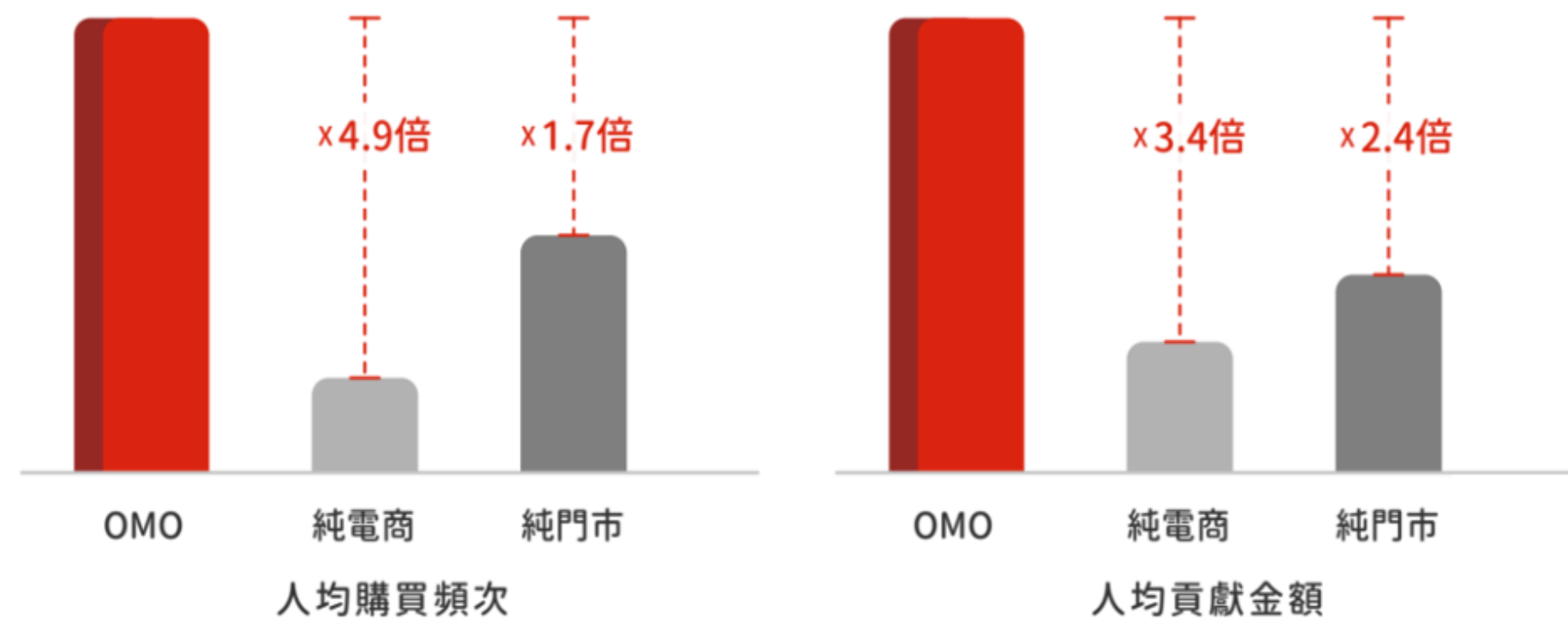
實體電商YoY逐季增長，1Q24 YoY -2.1%，2Q24 YoY +4.5%，3Q24 YoY +6.7%，4Q24 YoY +7.7%。
實體電商 (D2C) 是電商市場主要的成長動能。



虛實融合 (OMO) 是零售終局

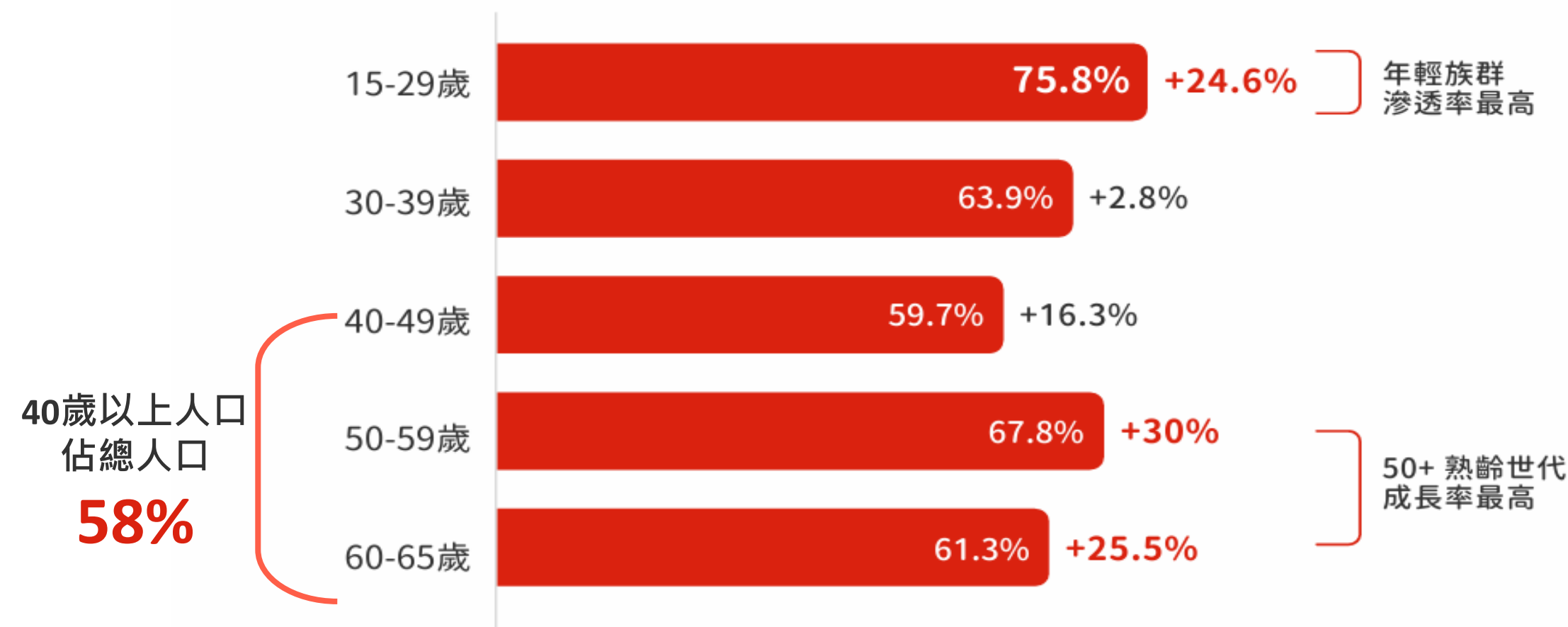
OMO消費者是品牌的高價值顧客

不同通路消費者的人均購買頻次與貢獻金額

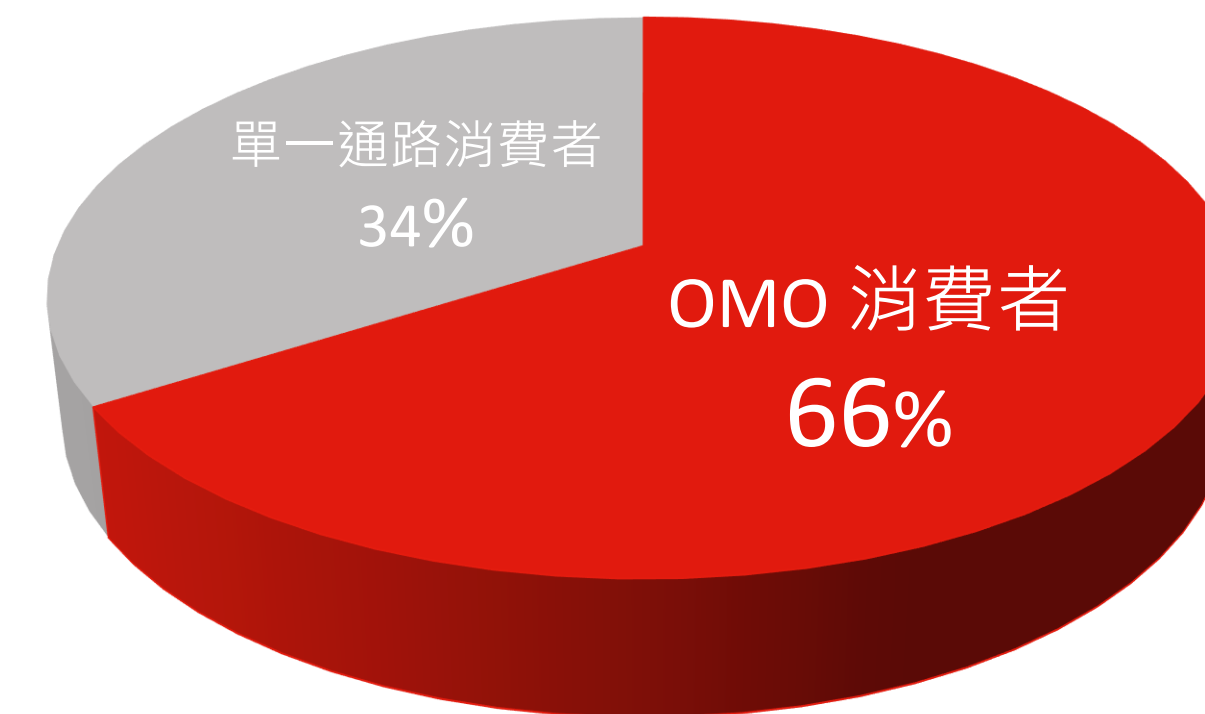


- OMO消費者的購買頻次與貢獻金額遠高於單一通路消費者，屬於高價值客群。
- OMO已成為全年齡層的消费趨勢，40歲以上族群占比近6成，50歲以上族群滲透率成長最快。
- 疫情後OMO模式快速普及，OMO消費者已占66%。

各年齡層在疫後的跨通路購物的滲透率



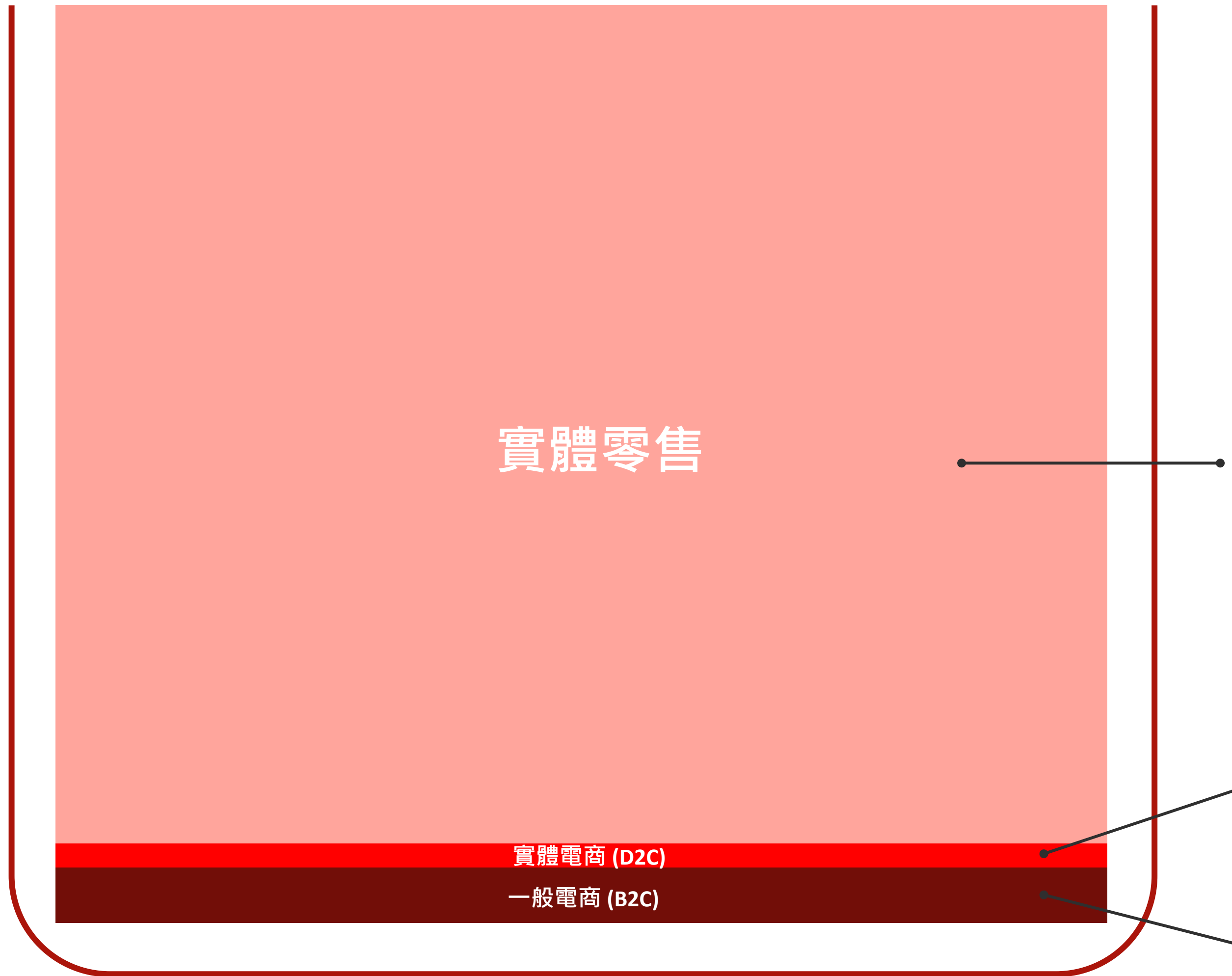
疫情後OMO消費比重大幅提升



實體電商成長潛力大



D2C
X
OMO



實體零售NT\$4.2兆 ~
(86.5%)

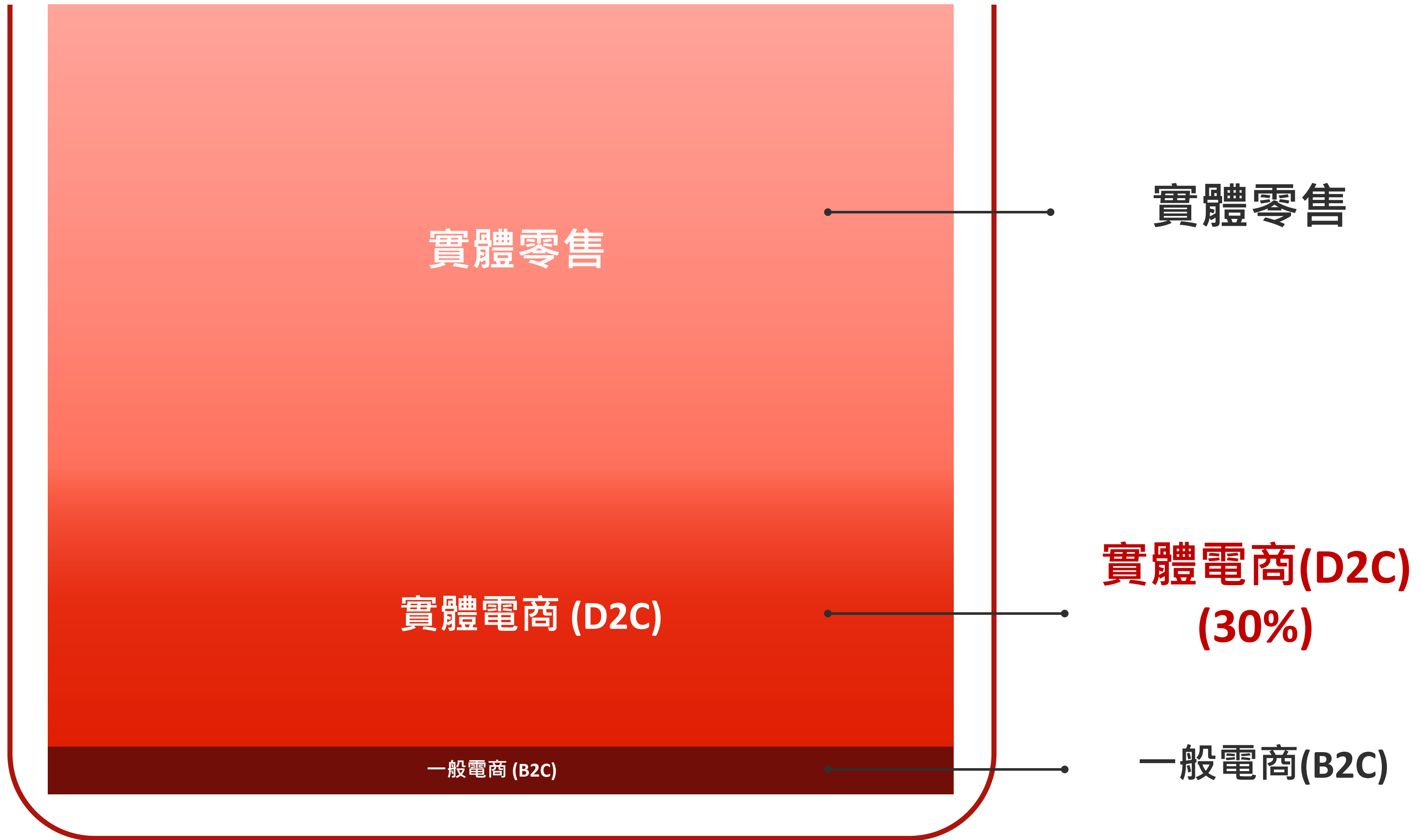
實體電商NT\$2,009億
(4.1%)

一般電商NT\$4,524億
(9.3%)

實體電商成長潛力大



D2C
X
OMO



02 營運資訊

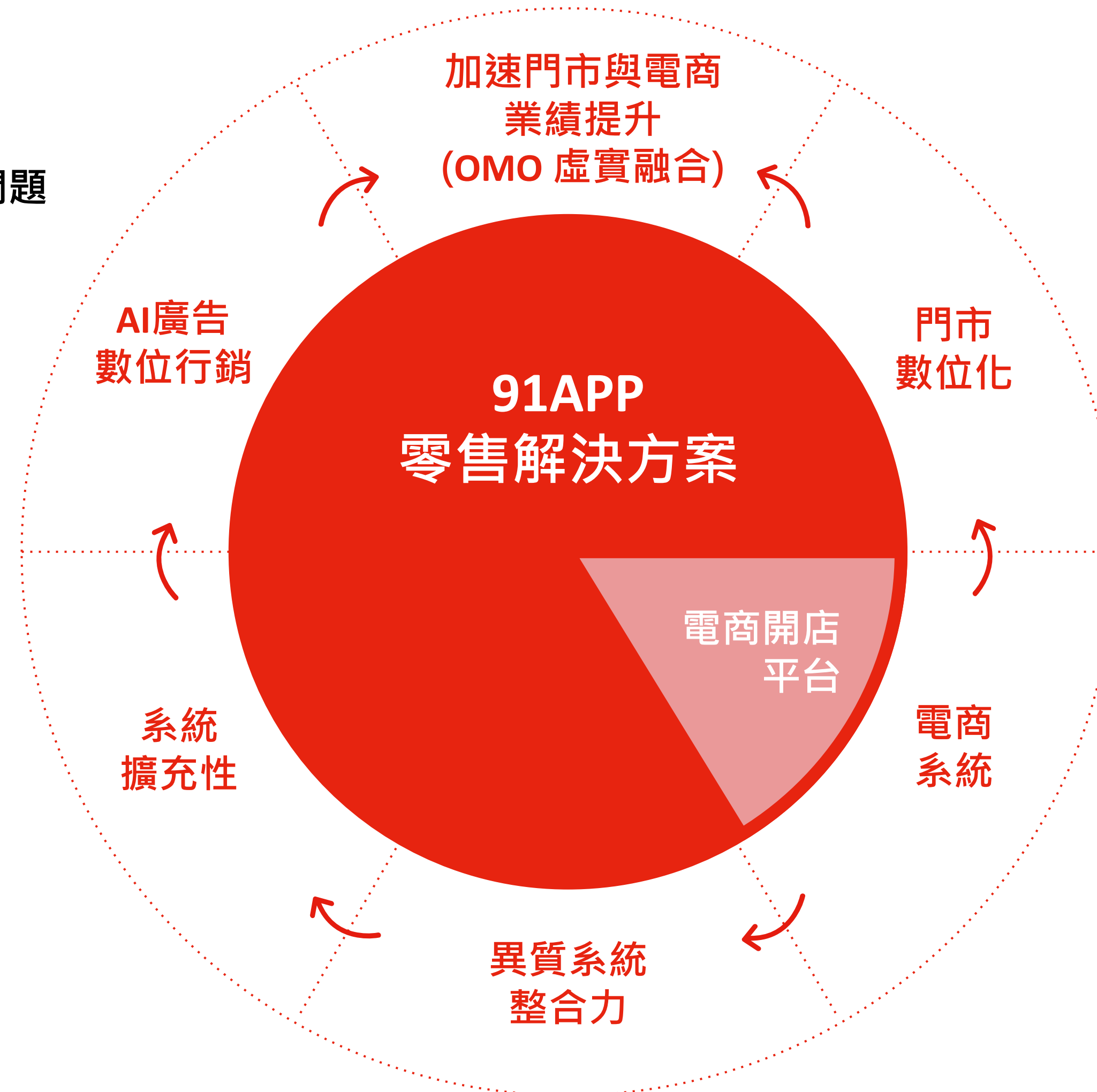
91APP 零售解決方案

(協助推動D2C實體品牌與通路業績成長)

91APP 零售解決方案

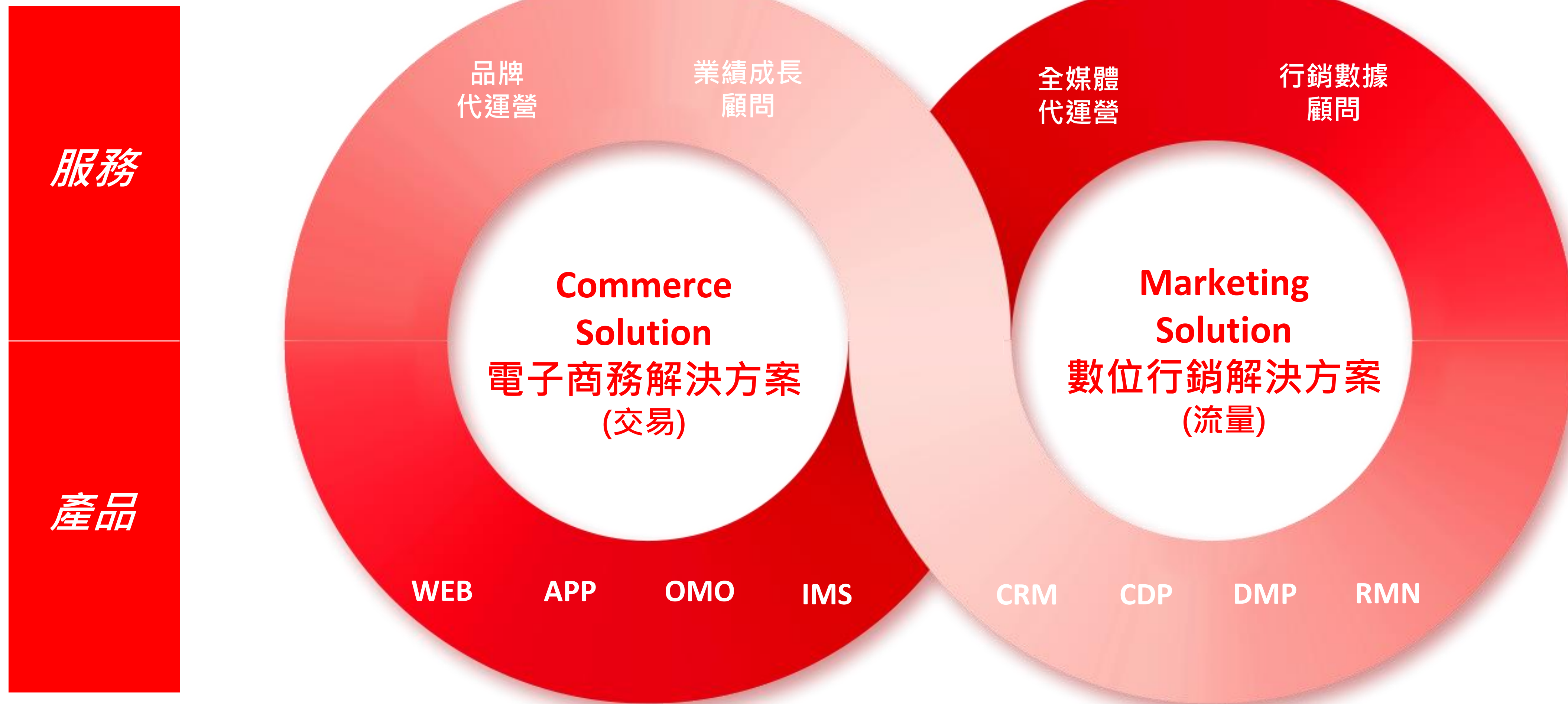
91APP作為零售解決方案的領先者，協助品牌融合實體與電商系統，提升整體運作效益，推動業績成長。

零售解決方案：處理門市和電商兼具問題



電商開店平台：只處理電商系統問題

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)
- * 零售媒體聯播網 (Retail Media Network, 簡稱RMN)

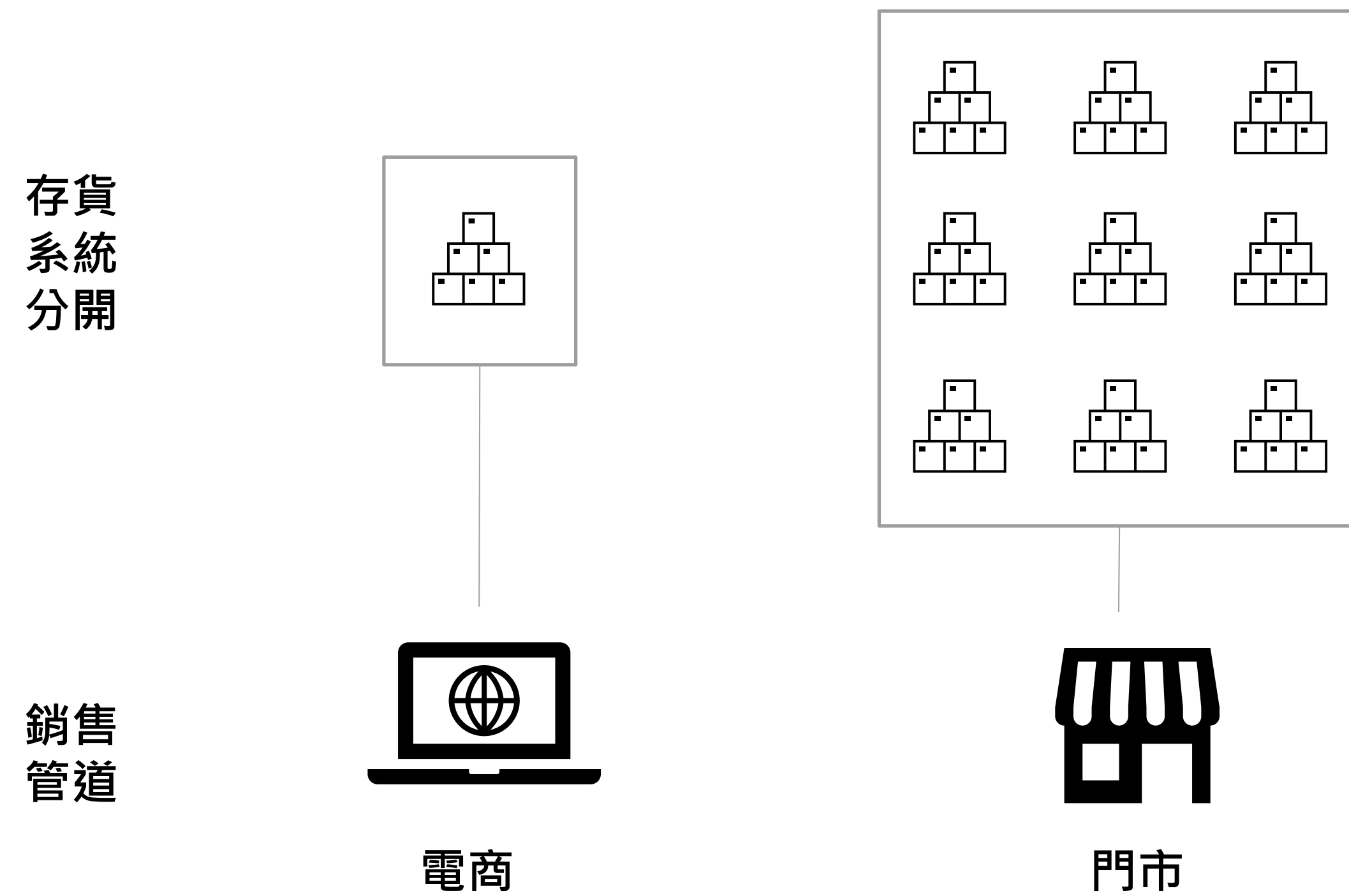
91APP OMO 虛實融合

91APP OMO 虛實融合模式貫穿零售核心要素「人、場、貨」，從品牌與消費者雙面向出發，協助實體銷售為主的品牌及通路，以實體經營者的思維打造強健的全通路零售體系，高效推升門市與電商業績增長。



91APP IMS 實現貨暢其流

傳統配貨方式



問題

存貨少、斷貨快

存貨多但沒訂單

貨不流通，損失應有業績



91APP IMS 打通庫存配送



解法

彈性分配及調度存貨，實現貨暢其流

貨流通，業績有效增長

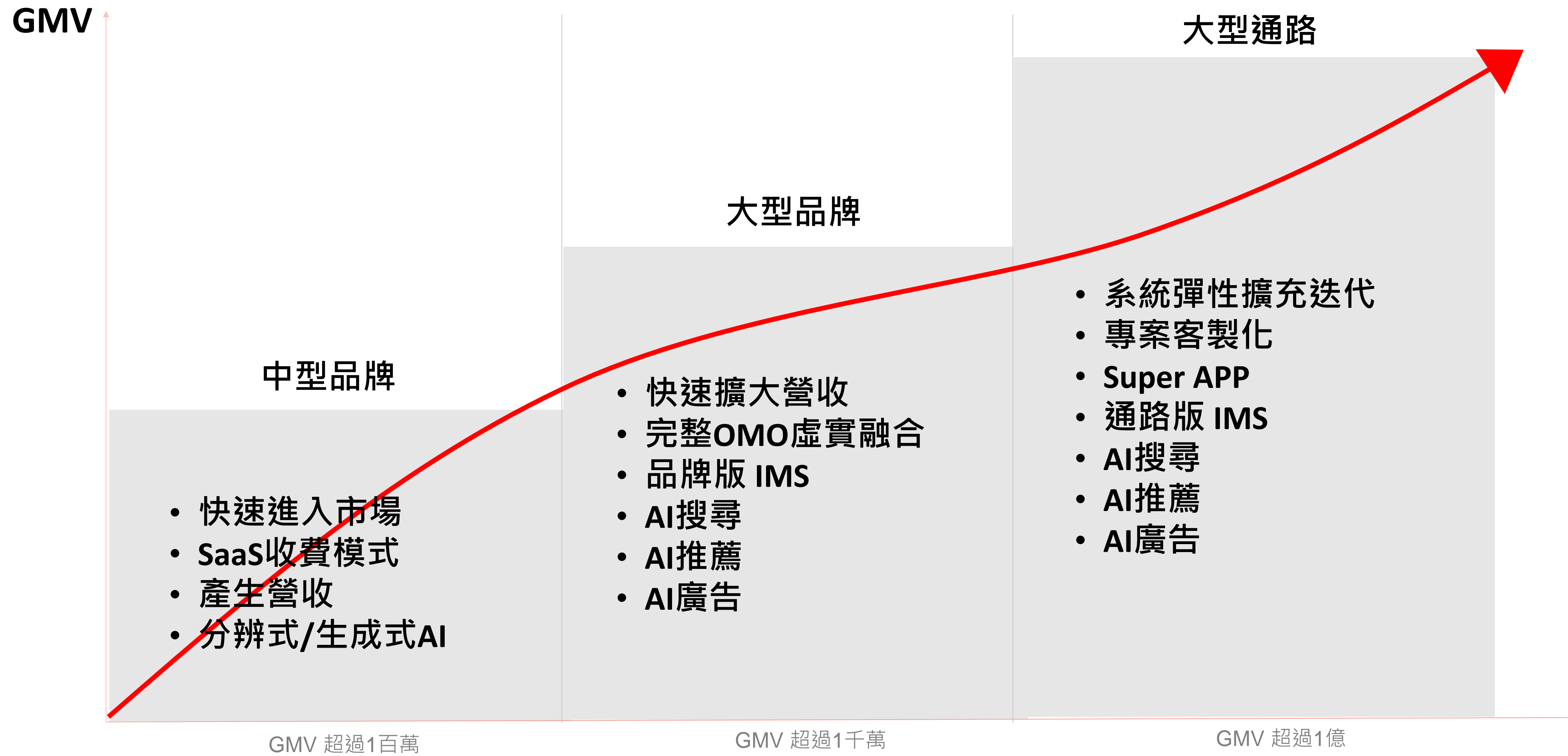


91APP jooii AI: 賦能零售新動能



91APP 零售解決方案加速全通路業績增長

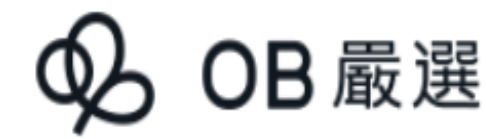
實體電商 (D2C)



跨國零售品牌客戶



台灣零售品牌客戶



91APP 成長動能

既有客戶

以AI賦能的全方位零售解決方案
加速提升客戶電商滲透率

推動產品及服務升級 (Upsell)

Cross-selling (電子商務 x 數位行銷)

新客戶

新增中大型實體品牌與通路客戶

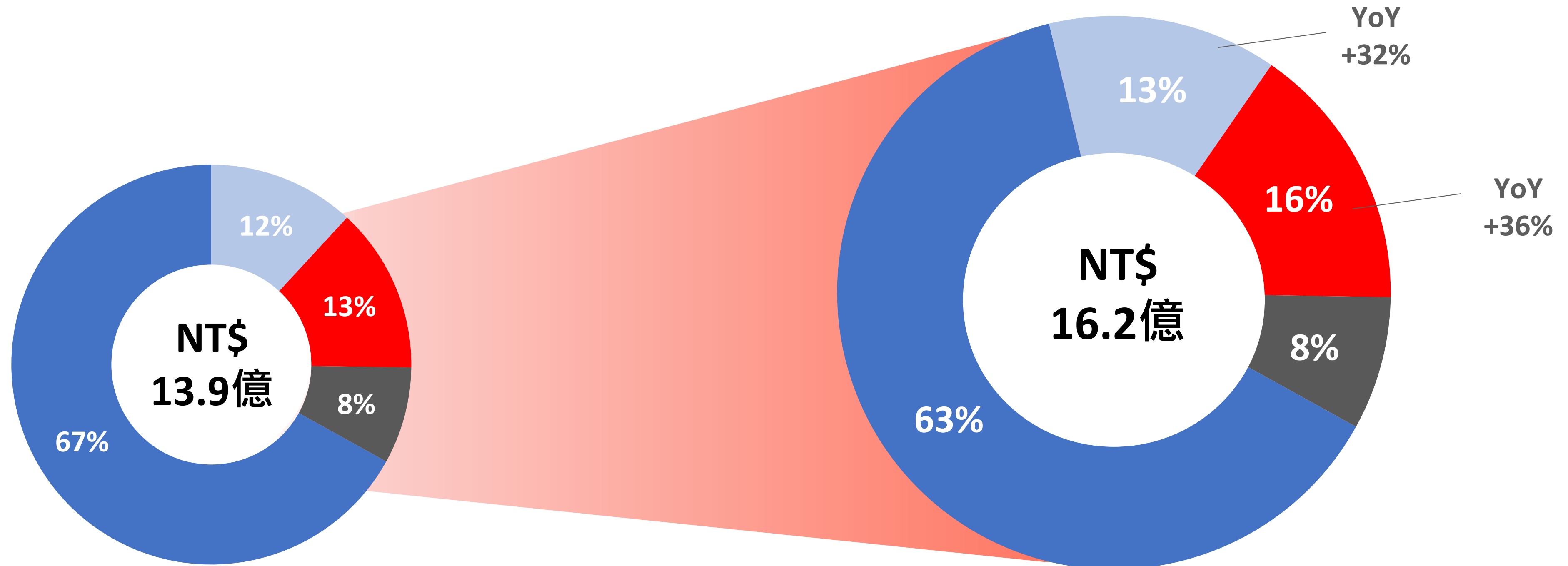
專案

針對客戶特殊需求設計客製化專案

03 財務資訊

2023年營收組成

2024年營收組成



■ 系統使用費 ■ 訂閱費 ■ 數據x電商服務 ■ 一次性及專案收入

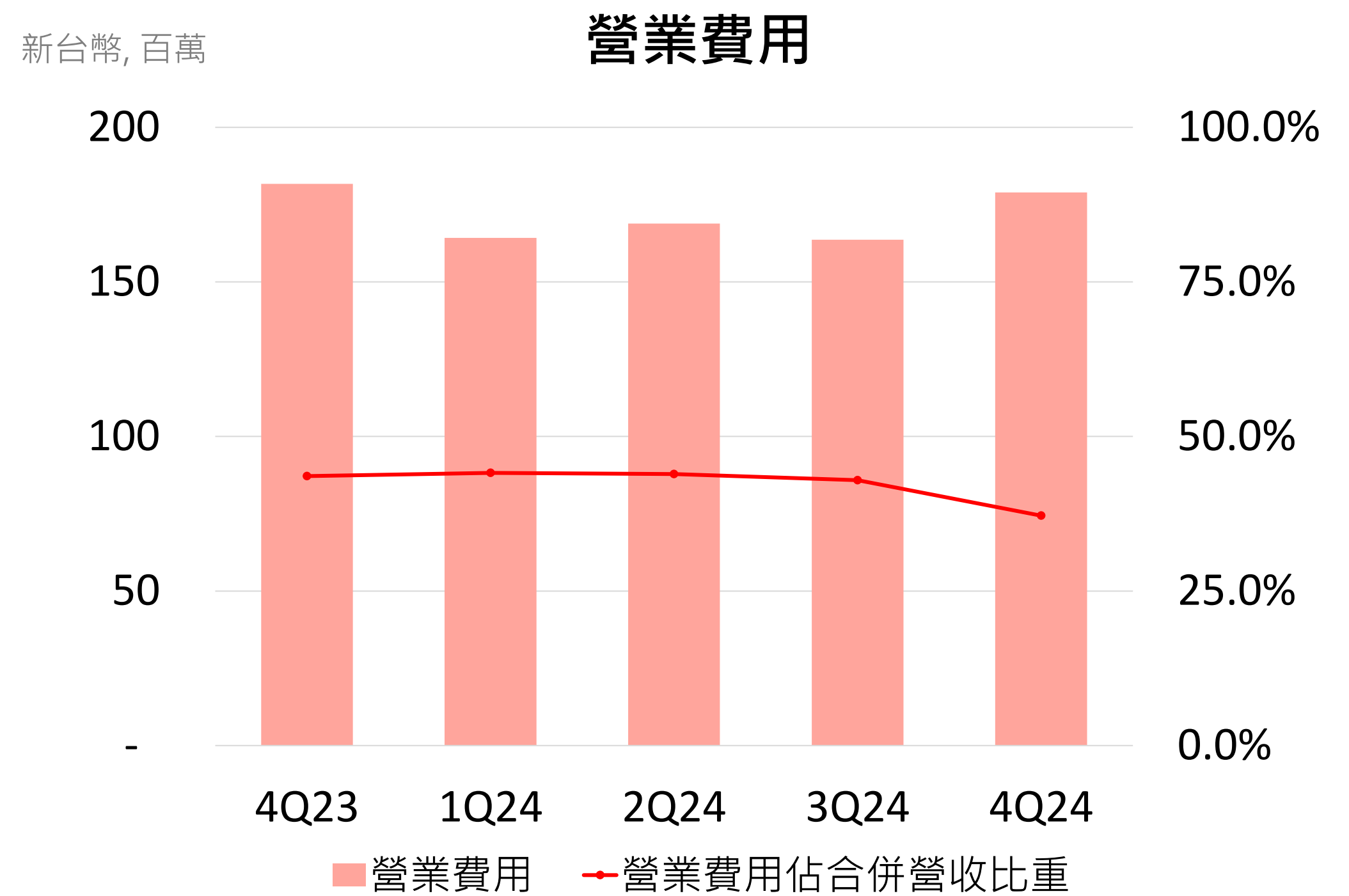
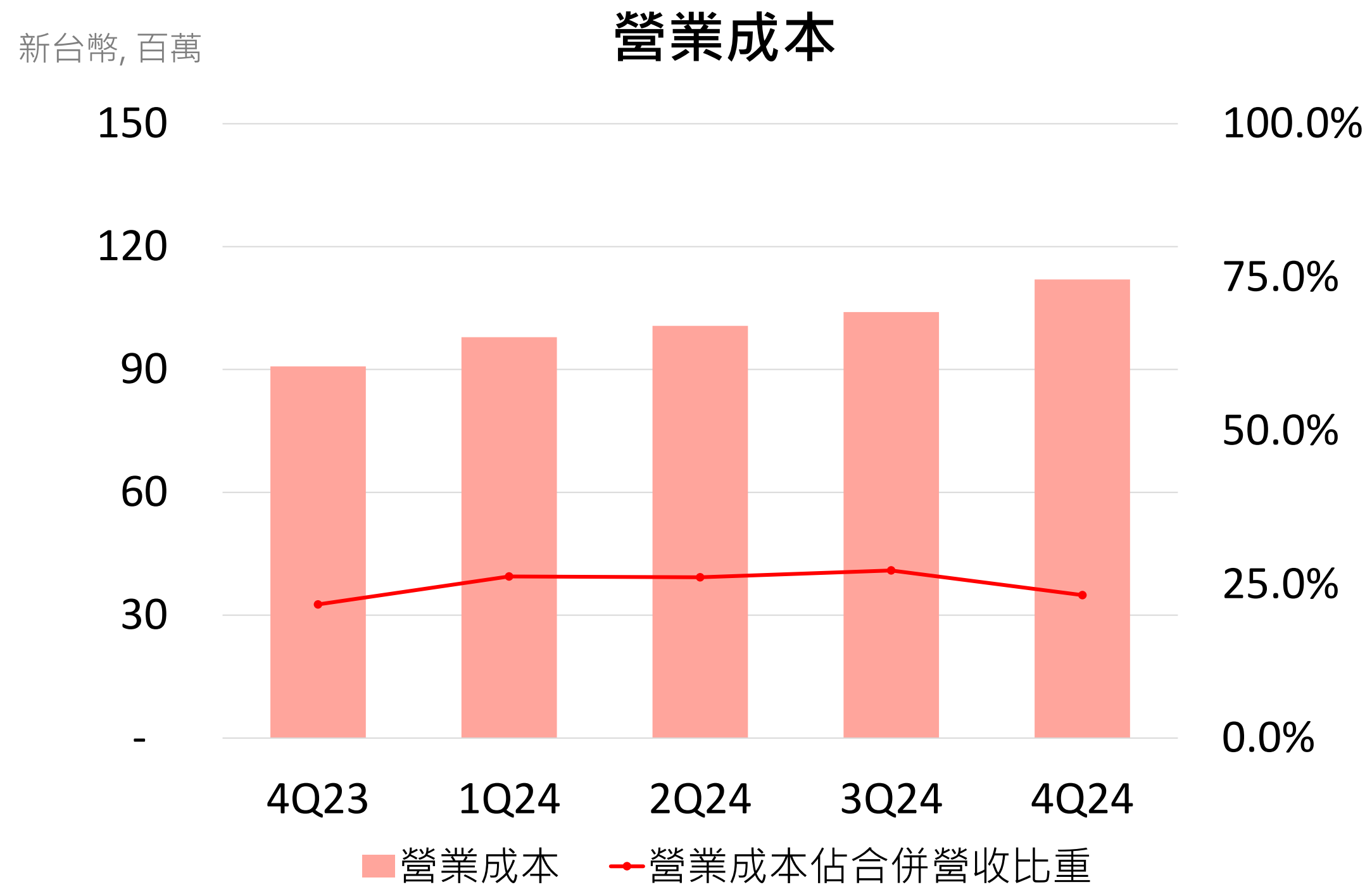
2024 合併損益表

NT\$'000

	1月1日~12月31日				
	2024		2023		YoY%
	金額	%	金額	%	
營業收入	1,619,203	100	1,389,167	100	+17%
營業成本	414,566	25	347,778	25	
營業毛利	1,204,637	75	1,041,389	75	+16%
營業費用	675,662	42	618,030	45	
營業利益	528,975	33	423,359	30	+25%
營業外收支	86,551	5	94,449	7	
稅前淨利	615,526	38	517,808	37	+19%
所得稅費用	118,172	7	119,200	8	
稅後淨利	497,810	31	398,668	29	+25%
基本EPS (NT\$)	<u>4.22</u>		<u>3.37</u>		

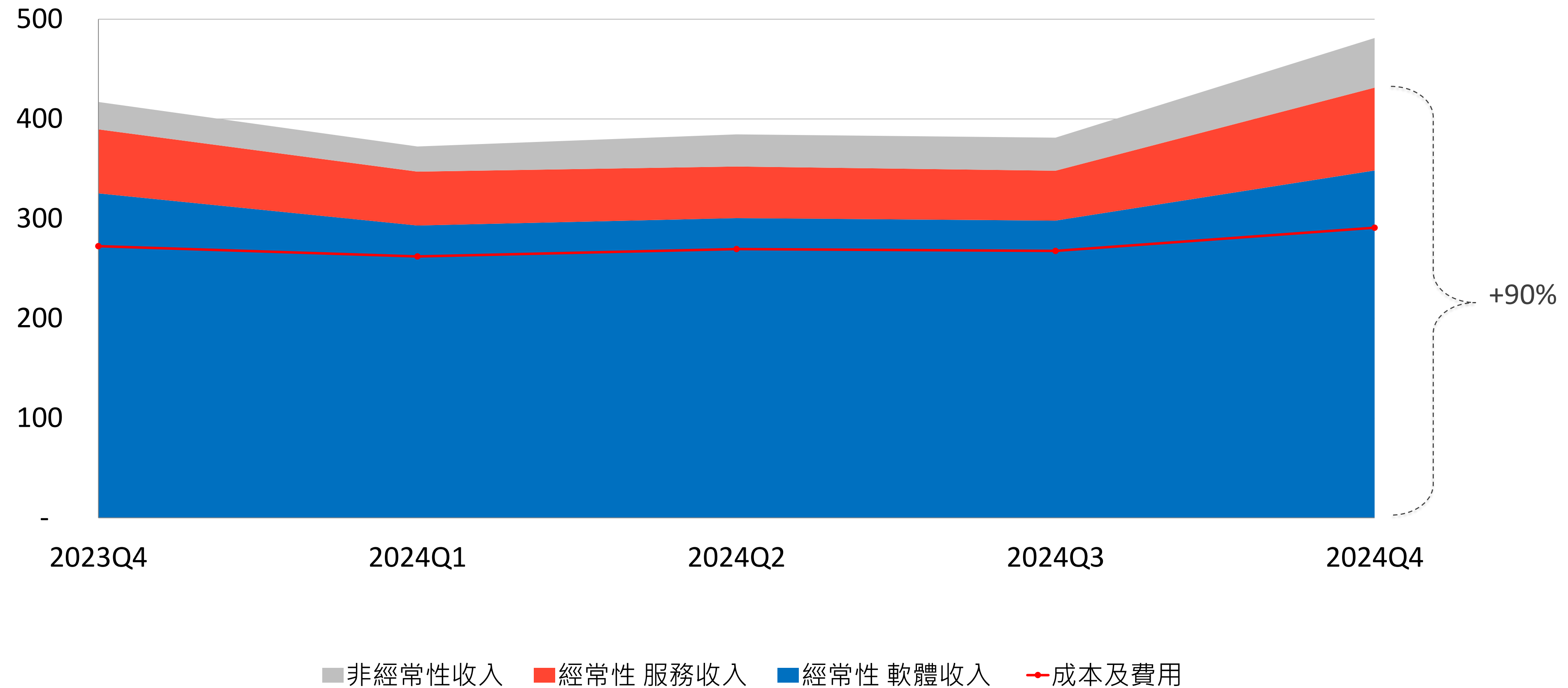
* 稅後淨利: 稅後淨利歸屬於母公司

營業成本及營業費用



90%以上經常性收入形成穩固基礎

新台幣, 百萬



04 Q&A

91APP

OMO EMPOWER RETAIL BRAND

連絡信箱：ir@91app.com