

遠東百貨 **111** 年度股東常會 新店加速成長 搶攻新世代需求

遠東百貨(2903)111 年度股東常會 6 月 24 日(五)9:00 假北市國軍英雄館舉辦

遠百零售集團 110 年不畏疫情挑戰,克服困難,持續創造獲利成績。最新第五代店-遠百竹北店也於今年 1 月順利試營運,體驗式百貨的特色以及藝術美學的造景設計,成功吸引人潮,試營運至今來客數已超過百萬人次。因應國內外永續發展趨勢,遠百零售集團除了保持穩健的獲利能力之外,也致力在經營過程中發揮正面影響力,精進環境(Environmental)、社會(Social)、公司治理(Governance)等 ESG議題的推動成效,為企業持續成長與永續經營奠定穩健根基。

■ 財務績效:遠百 110 年合併淨利 19.1 億元,盈餘分配率 105%

遠百零售體系(包括遠百以及轉投資的遠東 SOGO、愛買、City'Super 等零售事業)110 年合併營業額為 1,123 億元,合併淨利為 19.1 億元,每股盈餘 0.86 元,每股發放現金股利 0.9 元,盈餘分配率 105%。 其中,母公司遠東百貨成功完成竹北展店,營運據點增至 12 店,將有效挹注未來收益。遠百轉投資的 遠東 SOGO 百貨、愛買量販店、以及 City' Super 超市亦表現不俗,遠東 SOGO 業績亮眼並創造獲利,愛買量販店擴大發展網路購物與外送商機,打造更便利的服務型態,提升業績,City'Super 超市則於遠百竹北店內開出第八家分店,提升市占率。

■ 營業策略:體驗+數位,抓準消費者需求,搶攻新世代

數位經濟下,愈來愈多消費者認為新科技讓實體店購物更加方便,因此,遠百積極採取數位行銷與線下體驗兩大策略,打造符合消費者需求的虛實零售環境。另外,遠百的消費客群逐漸年輕化,新世代的消費者喜歡分享,更頻繁使用社群媒體與 APP。因此,遠百也加速數位轉型與數位創新,透過創意、趣味的影音內容經營社群,與新世代建立新的溝通管道,社群平均瀏覽人次提升50%、互動分享率增加40%。遠百 APP 已重新升級改版,新功能抓準消費者的需求及喜好,每日開啟人次成長 763%,在資策會 2021 零售電商消費者行為調查中,位居百貨公司 APP 常用第二名。

■ 營運展望:遠百竹北店開紅盤,明年重慶再展店,持續布局各地開發

秉持多角化經營策略,遠百旗下百貨、量販、超市等事業除持續調整營運模式以符合消費者需求之外, 也陸續尋找新的投資機會。遠百繼竹北成功展店後,仍未停止成長腳步,目前已啟動第一代店寶慶店改 建計畫,將翻新台北西區城市景觀,打造永續新城市,已邀請世界知名設計師進行設計,建造一座高規 格的新世代綠色百貨,將再度成為西門町新地標。在大陸展店方面,遠百未來會持續加碼投資,尋找各 地開發機會,其中,重慶隆鑫購物中心已預計明年將盛大開幕,商場面積達8萬平方公尺,增加大陸營 業面積60%,將打造中高端消費新地標,大陸成長動能可望翻倍。

■ 推動 ESG:啟動綠電計畫,未來 5 年減碳 30%

遠百長期推動 ESG,提升企業永續競爭力。在社會及治理面向,遠百 5 年來投入公益活動超過 2,100 場,亦是名列公司治理評鑑前 20%的優良企業,努力為股東及社會創造最高的價值。因應 2050 淨零排放目標,遠百力行節能減碳,5 年來,在營業額成長的同時,用電度數逐漸下降,每 1 元營業額用電度數減少 11%,並同時啟動綠電計畫,未來三年將在台東、花蓮增設太陽能設備,裝置容量達 1,600 瓩,年產出綠電量 114 萬度,未來 5 年減碳 30%。遠百 110 年在企業永續及營運數位創新上榮獲 30 項殊榮,連續二年榮獲亞洲企業社會責任獎 - 綠色領導獎、連續六年榮獲 TCSA 創新成長領袖獎、連續七年榮獲天下雜誌永續公民獎大型企業 Top 50, ESG 表現亮眼獲肯定。