

# 遠東百貨 112 年度股東常會

## 業績衝鋒創新高 加速成長再展店

遠東百貨(2903)112 年度股東常會 6 月 21 日(三)9:00 假北市國軍英雄館舉辦

百貨零售市場 111 年在疫情趨緩、人潮回流的帶動下，營業額擺脫連續二年負成長。遠百零售集團在活絡的市場氛圍下，也把握商機，展現強勁的營運動能。遠東百貨業績更登上自民國 56 年成立以來新高峰，除了首年開幕的竹北店業績表現超越目標，既有各店特別是台中、板橋二家大型店的成長力道也相當出色，帶動整個遠百零售集團在合併營業額、稅前淨利、稅後淨利三項財務數據皆創下近 5 年新高，EPS 亦成長 59%，交出一份亮眼的經營成績單，為股東創造優異的報酬。

### ■ 財務績效：遠百 111 年合併淨利 27.1 億元，成長超過四成

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)111 年合併營業額為 1,260 億元，合併淨利為 27.1 億元，每股盈餘 1.37 元，每股發放現金股利 1.1 元。其中，母公司遠東百貨持續提升獲利，營業額 570 億元，營業利益 24.3 億元，雙雙創下歷史新高峰。遠百轉投資的遠東 SOGO 百貨、愛買量販店、City' Super 超市亦表現不俗，遠東 SOGO 業績及獲利較前一年度成長超過一成；愛買量販店發展網路購物，深化外送商機，網購業績成長超過三成；City'Super 超市則積極拓展全通路服務模式，強化 APP 應用，提升服務品質，刺激業績成長。

### ■ 營業策略：運用 AI 滿足顧客需求，走向客製化的消費體驗

經歷疫情後，零售業的營運模式隨著消費者行為的轉變也跟著改變。當前消費者在購物時更習慣三件事情：透過網路收集資訊、獲得清楚的商品分類、體驗客製化的服務。遠百針對這些消費習慣趨勢積極展開相關行動方案，為顧客提供更貼心、客製化的消費體驗，包括：運用 POS、APP、社群平台等多元管道，提供豐富的消費資訊，再結合顧客關係管理(CRM)系統與 AI 數據分析，傳送專屬的商品訊息與購物優惠，讓顧客來到遠百購物時能夠體驗跟網路購物一致的客製化服務。此外，AI 數據分析結果，也將成為優化店內商品分類、擺設的參考，讓顧客更便利找到需求商品，輕鬆消費買更多。

### ■ 營運展望：持續展店，營運面積增加 6 萬坪

遠東百貨除了秉持創新、轉型、多角化的經營目標，以維持穩健的獲利能力之外，旗下各零售事業體也將持續布局新市場，擴大市佔率。擁有 51 年歷史的遠百寶慶店 8 月將啟動拆除，規畫原地重建一座高規格、新風貌的環保百貨；位於大巨蛋園區的 SOGO CITY 預計 114 年 Q1 以前全區開幕完成，營業面積 3.6 萬坪，是台北市最大量體的購物中心。重慶遠東城籌備明年 Q2 開幕，商場面積 2.4 萬坪，位居雙軌交通樞紐，日均客流量 80 萬人次，將建造成為中高端消費新地標。迎向未來，遠東百貨將打造更有特色的商場空間，並以豐富的商品，獨家的品牌，精彩的活動，細緻的服務，提供獨特的消費體驗，成為追求時尚，享受高品味生活的社會大眾心目中首選的百貨。

### ■ 永續 ESG：減碳 100 強企業，全球永續百貨 TOP 10

遠東百貨 111 年持續落實各項 ESG 行動，擴大社會貢獻與正面影響力，以建立更永續的經營模式，優異的永續成效名列商業週刊碳競爭力 100 強企業，更榮獲世界百貨聯盟(IGDS)頒發全球推動永續活動表現最佳的前 10 名百貨公司。為深化永續管理機制，在環境面，遠百啟動「節能、減碳、綠能、減廢」2.0 計畫，邁向 2030 減碳 30% 目標，接軌國際淨零宣示。在社會面，遠百一直是公益活動最多的百貨，全台 12 店舉辦 783 場公益活動，攜手利害關係人打造公益大平台，落實社會關懷。在治理面，遠百持續 E 化，已建置 97 套數位管理系統，走向無紙化行動辦公室，提升管理效率。