

## 第二曲線拚轉型！誠品生活 Q1 營收成長 全年審慎樂觀

【誠品生活 2021.5.11 訊息稿】

誠品生活多年來聚焦「文化觀光」，並積極開展第二曲線，期望打造「閱讀與生活的全通路平台」，今（5/11）日公告第一季財報。財務長吳立傑表示，雖 2020 年因敦南店租約到期及 9 家店點體質調整閉店，疫情封關也對大店的觀光消費和以外旅觀光客為主的誠品行旅造成影響，但誠品生活 2021 年首季營收 11.58 億元仍較去年微幅成長。誠品生活積極發展第二曲線「全通路生活品牌生態圈」，前期投入的龐大資本支出是全通路發展初期的必要投資，因此接軌 IFRS 國際財務報導準則租金提前攤提後，Q1 財報損益如預期小幅虧損 2,800 萬元。

誠品生活 2017 年起啟動台灣全通路轉型布局，除社群整合經營逾百萬粉絲，新會員制度、全新誠品人 APP、誠品線上 eslite.com 與近萬坪倉儲型物流等全通路基礎服務也已陸續上線啟用，帶動全台會員人數擴增至約 280 萬、會員黏著度與不重複消費人次皆提升，會員營收貢獻占比亦逐步往 7 成叩關。誠品生活財務長吳立傑強調，誠品線上結合倉儲型物流開站後，2021 年起開始認列成本費用攤提，且開站初期由於尚未達經濟規模，因此 Q1 財報表現如預期受到影響，但誠品生活財務體質健康、金流穩定，估計近 1-2 年內全通路服務即可帶動誠品生活進一步擴大營收與經濟規模，創造新一階段的突破！

誠品生活近十年來以第一曲線「海內外實體文化觀光」為主要營運模式，除了台灣、香港、大陸，2019 年也將經營區域進一步延伸至日本東京，預估 2022 年還將有馬來西亞吉隆坡的旗艦店開業，並以「全通路生活品牌生態圈」為第二經營曲線積極創新。2021 年第一季台灣、香港、蘇州等各地實體通路既有店業績穩定成長，如誠品生活南西 4/16 舉辦首次大型封館派對，單店業績對比疫情前同期增長逾 5 倍，創下開幕 2 年多來新高紀錄；誠品信義店 3 月生日慶整檔業績表現也較 2019 年成長逾 4 成，2021 預計還有 1-2 家中型規模、位於百貨的全新店點將陸續開業。

發展全通路虛實整合的經營業態，是誠品生活永續發展的關鍵課題。雖因疫情挑戰第一曲線成長暫時趨緩，誠品生活仍積極開展 OMO 線上下生態圈營運模式。已開站的誠品線上持續迭代優化，5 月剛推出「誠品線上 浪漫精明學」系列活動，邀請民眾在絕對物超所值、商品內容超乎過去想像的「誠品線上」精明下單，創造浪漫生活，活動回饋率部分更高達 100%，預計將持續推廣直至到達規模經濟，預期將能讓 280 萬名會員明顯有感，大幅帶動營收。此外，串聯誠品生活全通路服務的小型社區店也即將於今年年中誕生，2022 年起預估還有台北新店裕隆城、南部大型獨立店點等全新新店將陸續開幕。虛實互補、大小並行，驅動良性循環與雙經營曲線活化成長，放眼不久的未來，即可逐步顯現誠品生活全通路生態圈整體效益，有望為社會、讀者與顧客、股東創造更高價值！