

法人說明會

Let your public welfare actions
drive sustainable cycles



免責聲明

- 本文件由台鋼新零售股份有限公司(簡稱「本公司」)所提供。除本公司財務報表中揭露的數字和資訊外，本文件所含資料並未經會計師或外部獨立專家查核或審閱，本公司對該等資料或意見之允當性、準確性、完整性及正確性，不作任何聲明與保證。本文件所含 資料僅以提供當時之情況為準，本公司不會就本文件提供後所發生之任何變動做更新。本公司、本公司之關係企業、本公司及本公司關係企業之負責人，無論係因何過失或其他原因，均不對因使用本文件或其內容所致之任何損害負任何責任。
- 本文件可能包含「前瞻性陳述」，包括但不限於所有本公司對未來可能發生的業務活動、事件或發展的陳述。該等陳述係基於本公司對未來營運之假設，及其他本公司無法控制之政治、經濟、市場等因素所做成，故實際經營結果可能與該等陳述有重大差異。
- 本文件不得視為買賣有價證券或其他金融商品的要約或要約之誘引。
- 本文件之任何部分不得以任何形式直接或間接複製、再流通或傳送給任何第三人，且不得為任何出版目的而刊印本文件之全部或部分內容。

台鋼新零售股份有限公司簡介

基本資料	
成立時間	1995年
股票代號	3085
董事長	李雲琴
資本額	5.36億元
員工人數	86人
旗下子公司	台鋼數位資產管理股份有限公司 久新新物流股份有限公司 水噹噹服飾股份有限公司





市場趨勢

趨勢一：零售大盤谷底反轉，全通路融合與跨境需求本土化

- 大盤復甦與電商動能回升：

- 經歷 2025 年零售總額 4 兆 8,448 億元（年減 0.2%）的景氣谷底後，2026 年迎來明確反轉：**2026 年 Q2 網路銷售年增達 12.1%（創四年新高）**、整體零售成長 6.1%（創三年新高），電商滲透率穩步維持在 13.86% 的歷史高檔水位。

- 跨境直購熱潮下的「需求本土化」商機：

- 日本亞馬遜在台月流量達 200 萬人次、樂天市場與 Mercari 亦破百萬人次，顯示日系生活道具與質感商品需求強勁。透過「上游總代理」切入市場，能有效攔截跨境海外消費，轉化為本土實體經銷與線上 D2C 營收。

- 全通路無縫融合：

- 單純線上流量成本攀升（本土 TOP15 電商流量年減 2.7%），零售業邁入「線上 D2C 建品牌、線下 B2B 批發鋪貨」的雙軌架構，以高毛利與高週轉建立全通路防護網。

趨勢二：AI 智慧化賦能與精準行銷，打破流量紅利瓶頸

- 演算法驅動的極致個人化：

- 面對中小型電商流量集中的縮減壓力，零售業全面導入代理人 AI (Agentic AI) 與機器學習，實現精準受眾標籤、動態內容推薦與自動化行銷旅程 (Marketing Automation)，降低獲客成本 (CAC)。

- AI 賦能智慧供應鏈與庫存預測：

- 結合歷史銷售、季節波動與市場大數據，AI 自主進行銷量預測與分倉補貨建議，針對長生命週期 (如生活道具) 與高週轉品類 (如食品雜貨) 進行精準控管，降低庫存呆滯風險。

- 動態定價與毛利最佳化：

- 透過演算法即時偵測市場競品與通路供需，靈活調整各通路價格策略與促銷組合，確保綜合毛利率維持在高水準。

趨勢三：消費價值重構，聚焦「垂直高成長品類」與「體驗即時滿足」

- 精準鎖定高潛力垂直賽道：

- 傳統大型耐久家具受房市波動影響出現衰退（-2.3%），但文教育樂專賣（滲透率 11.5% 全業別最高、網路銷售 +6.4%）、寵物用品（業別成長 +8.0%，市場突破 800 億元）及食品飲料（成長 +4.4%~8.0%）逆勢高成長。

- 價格帶斷層與送禮自用商機：

- 市場在 NT\$800 - 3,000 價格帶存在顯著供給斷層。「自用升級、送禮得體」的高質感生活雜貨與旅宿軟裝需求殷切，具備「非標準品、比價不易、毛利守得住」的競爭優勢。

- 無縫履約與世代分眾偏好：

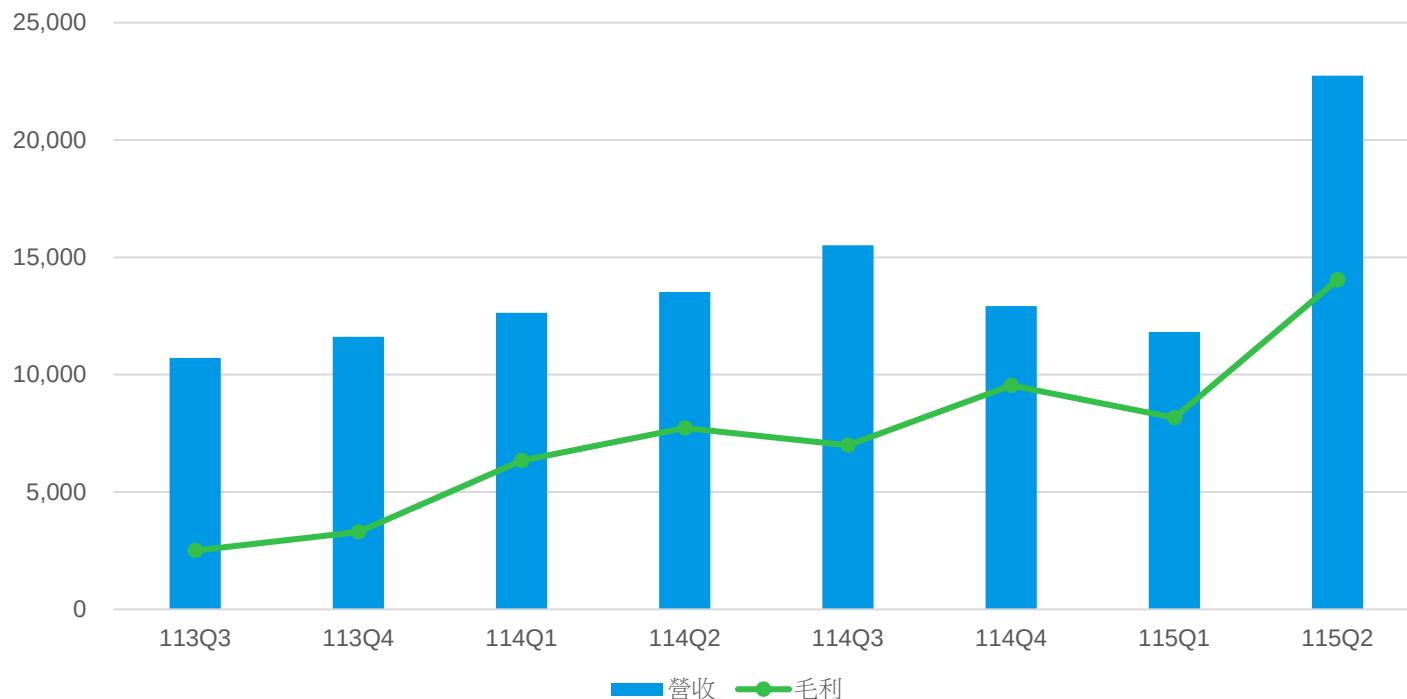
- 消費者對「即時到貨、透明包裹追蹤、極簡退换货」黏著度極高；Z 世代偏好社群內容導購與 IP 聯名，熟齡世代則重視實體信任與尊榮售後，全通路需採取差異化經營。



運 營 成 果

營運成果

單位：新台幣千元



聚焦重點業務：115Q1與Q2著重於票券與倉儲服務，獲利能力有顯著成長。

營 運 展 望

1. CRM 行銷功能的模組化與遊戲化

- **模組化 CRM 解決方案：**將顧客標籤、自動化行銷旅程與 AI 數據分析工具模組化，提供各產業客戶（如餐飲、零售、休閒運動）高彈性、即插即用的會員營運架構。
- **運動賽事結合遊戲化行銷：**結合球迷互動、任務解鎖、即時預測與數位徽章機制，大幅提升運動社群活躍度與會員黏著度。
- **點數生態跨界流通：**持續推進異業點數交換與特約通路核銷，打造高轉換率的價值流通生態圈。

2. 倉儲管理的精緻客製化與供應鏈升級

- **客製化倉儲解決方案：**將持續擴展特殊品類服務，提供專屬分揀、客製包裝與分倉調度服務。
- **高履約效率與庫存可視化：**導入更智慧化的庫存管理方法，協助品牌客戶精準掌握安全庫存水位，降低滯銷風險並優化逆向物流體驗。



3. 票務服務拓展與大巨蛋級的流量實證

- **高流量承載實績：** 票務系統具備雲端的可擴展性及穩定架構，今年已成功通過台北大巨蛋等級之大型賽事與高併發流量檢驗，未來將持續挑戰更多場景。
- **職業運動與文演市場深耕：** 深化拓展與更多運動球隊合作，並積極將高流量售票解決方案拓展至大型演唱會、展演活動與主題場館。

4. 綜合型電商平台 (CRM × 票務 × 商城)

- **三合一模組化架構：** 將深度整合「會員 CRM」、「票務系統」與「線上商城」等核心模組，提供品牌商一站式數位零售營運方案。
- **跨場景閉環變現：** 打造「購票 - 周邊加購 - 現場體驗 - 會員積點 - 線上回購」的無縫消費體驗，建立品牌跨場景的消費飛輪，幫助品牌能極大化每位會員的客單價與終身價值 (LTV) 。



THANK YOU

For listening

