



 FamilyMart

公司簡介

創立時間: 1988 年 8 月 18 日

上櫃時間: 2002 年 2 月 25 日(股票代號5903)

資本額: 22.3億元

營業項目: 連鎖便利商店之經營及生活服務提供

董事長: 葉榮廷

店數(截至2025/09): 4,411店

大事記



打底奠基 1988-1997



跳躍成長 1998-2007



轉型再造 2008-2020



數位轉型 2021-2025

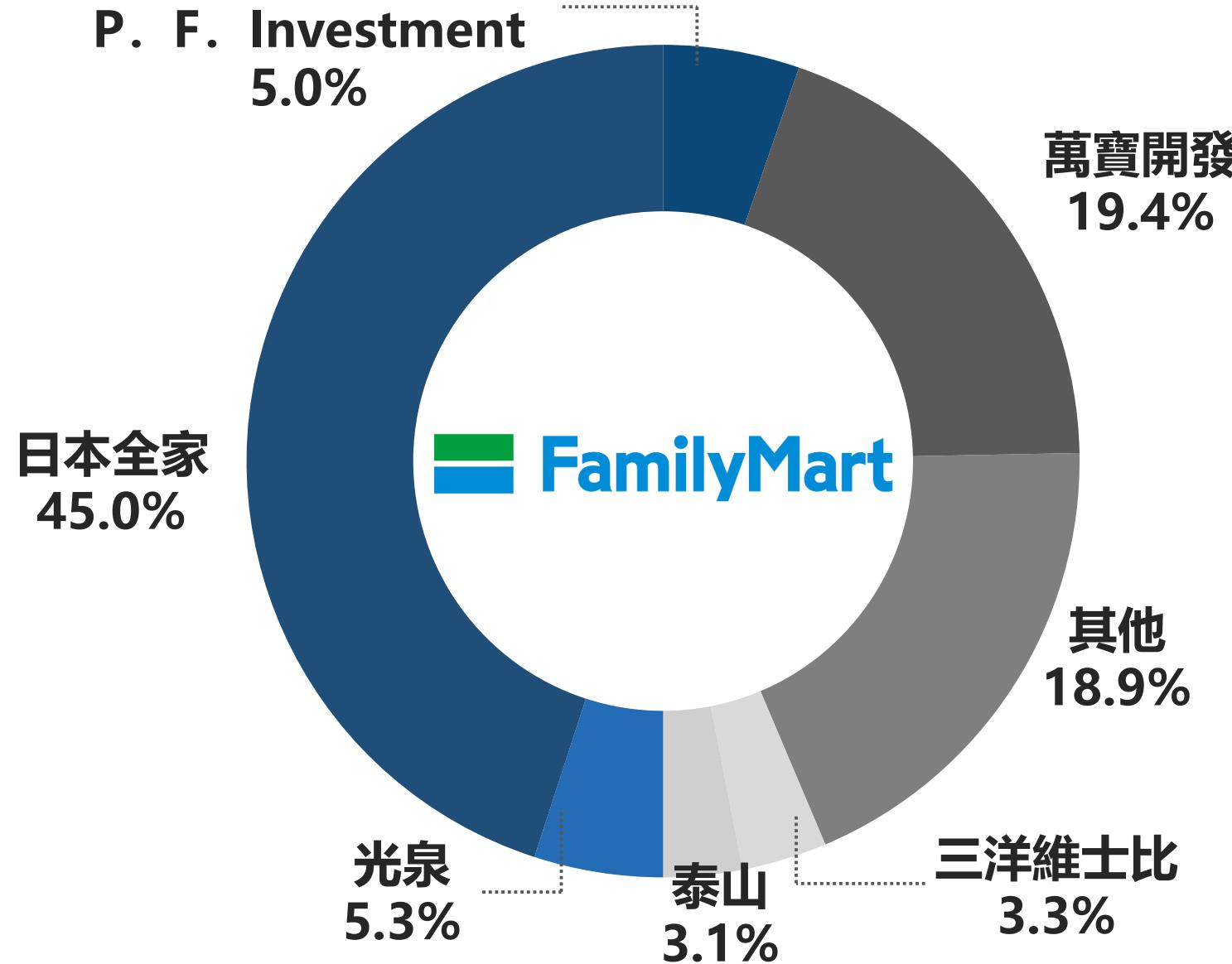
▲ 1,500店

▲ 3,000店

▲ 4,000店

- 1988 台灣「全家便利商店」成立第一家店開幕
- 1989 物流中心建置
- 1990 開始發展加盟體系
- 1998 首創代收服務
- 2002 正式掛牌上櫃
- 2004 跨足中國上海
- 2007 併購福客多157間店舖
- 2008 店到店寄件服務推出
- 2010 大規模導入新店型(NF1)，展開店型革命
- 2013 推出自有品牌Fami Collection
- 2015 福比麵包廠稼動生產
- 2019 開創友善食光機制
- 2022 推出全盈+pay支付工具
- 2022 台中大肚物流中心稼動，自動化設備導入
- 2023 「長家國際食品」鮮食廠稼動
- 2024 旗下子公司「全家國際餐飲」正式掛牌上櫃

股東結構



台灣CVS店數

CVS Chain		2021	2022	2023	2024	2025/09
FamilyMart	店數	3,980	4,138	4,234	4,316	4,411
	淨增加	+210	+158	+96	+82	+95
	市占率	31.5%	31.7%	31.6%	31.6%	32.1%
7-11	店數	6,379	6,631	6,859	7,077	7,186
	市占率	50.5%	50.8%	51.3%	51.8%	52.3%
Hi-Life	店數	1,502	1,512	1,556	1,635	1,731
	市占率	11.9%	11.6%	11.6%	12.0%	12.6%
O.K.	店數	762	769	729	622	419
	市占率	6.0%	5.9%	5.5%	4.6%	3.0%
Total	店數	12,623	13,050	13,378	13,650	13,747

加盟比率

93%

92%

91%

90%

89%

加盟比率
穩定維持
90%左右

2021

2022

2023

2024

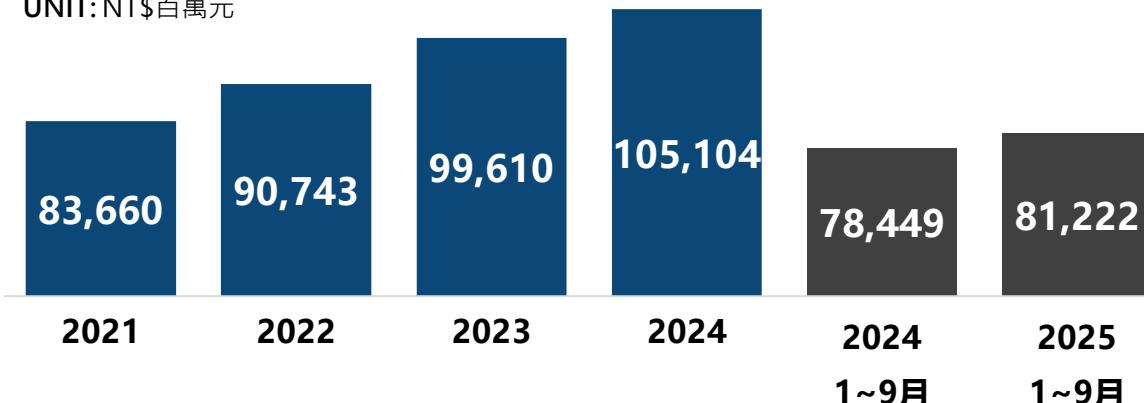
2025/09

獲利表現

- 2025年前三季合併營收年增3.5%，本業持續穩健成長，轉投資事業亦挹注獲利。惟去年同期因一次性認列大陸股權調整利益，使基期墊高；若排除此因素，稅後淨利年增8%，顯示核心營運動能依然穩健向上。

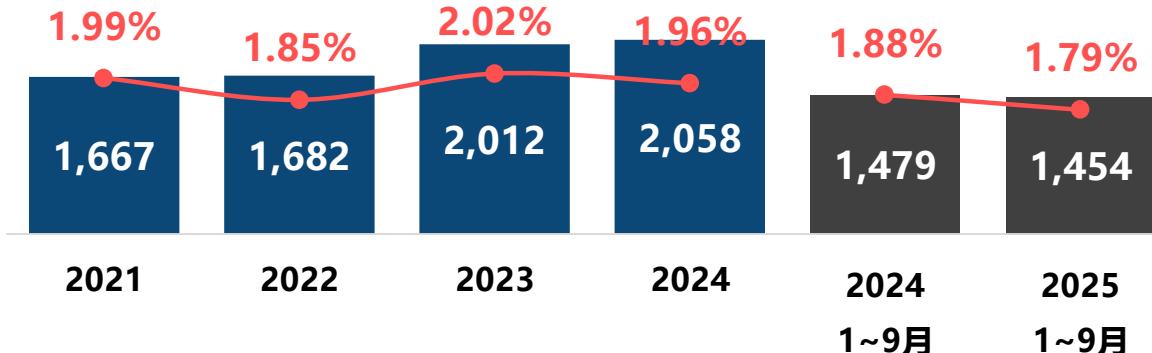
合併營收

UNIT: NT\$百萬元



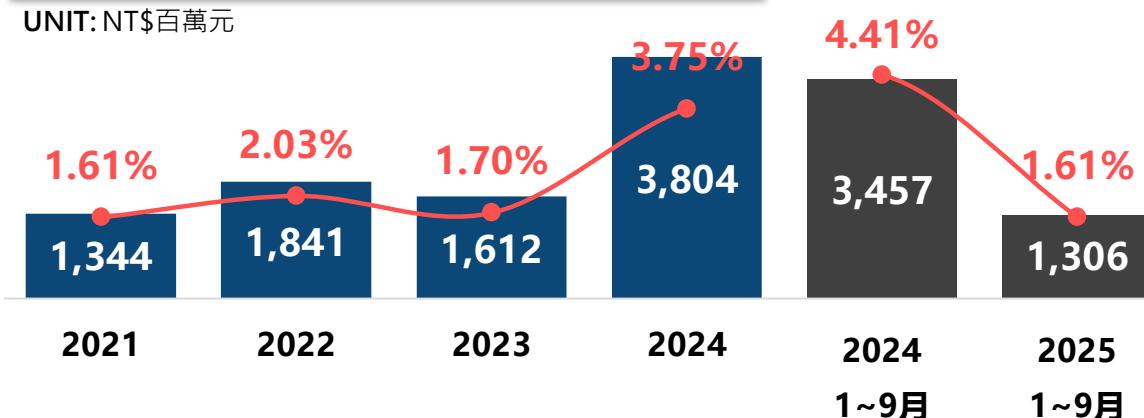
營業利益&OPM

UNIT: NT\$百萬元



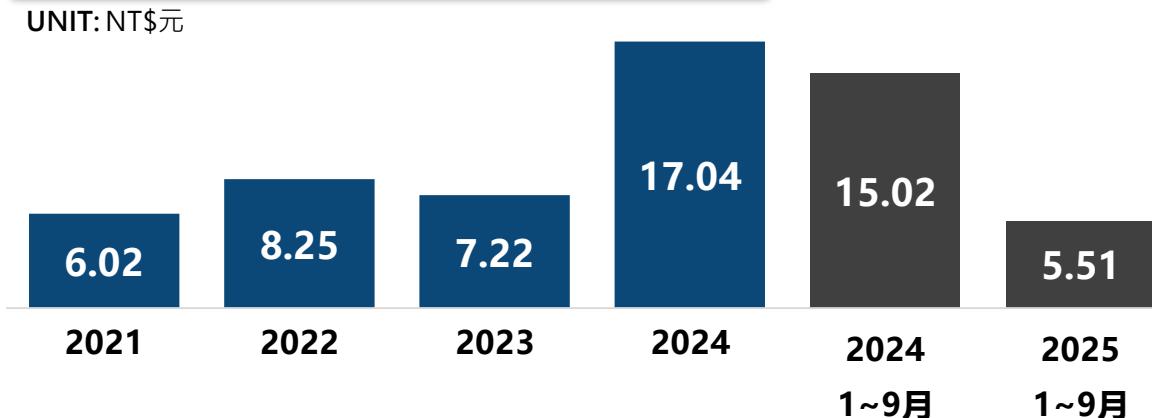
稅後淨利&NPM

UNIT: NT\$百萬元

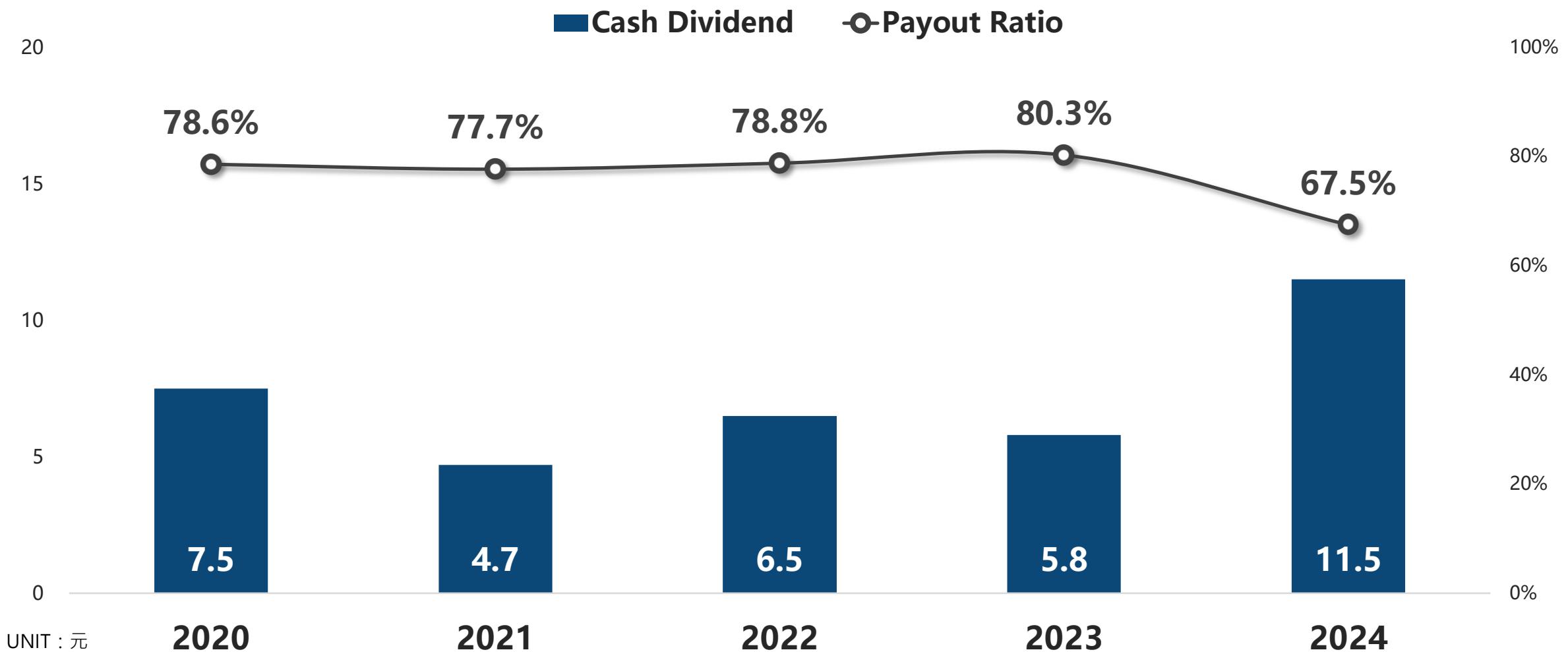


EPS

UNIT: NT\$元



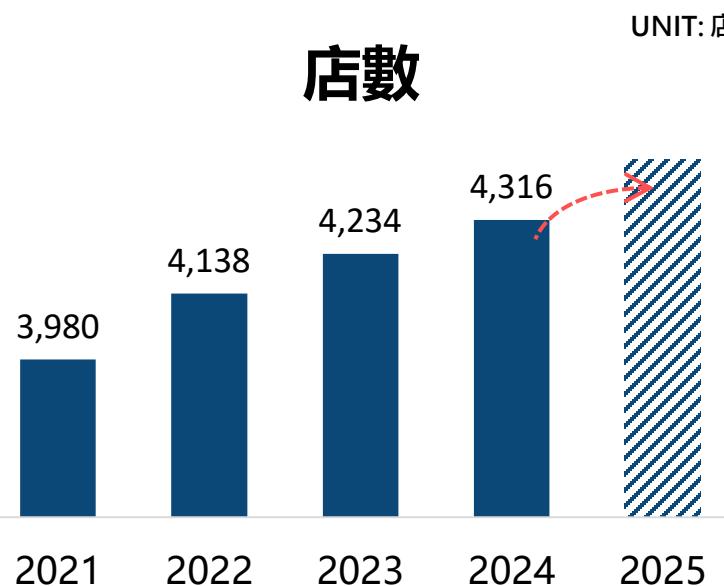
股利政策-穩定配發現金股利



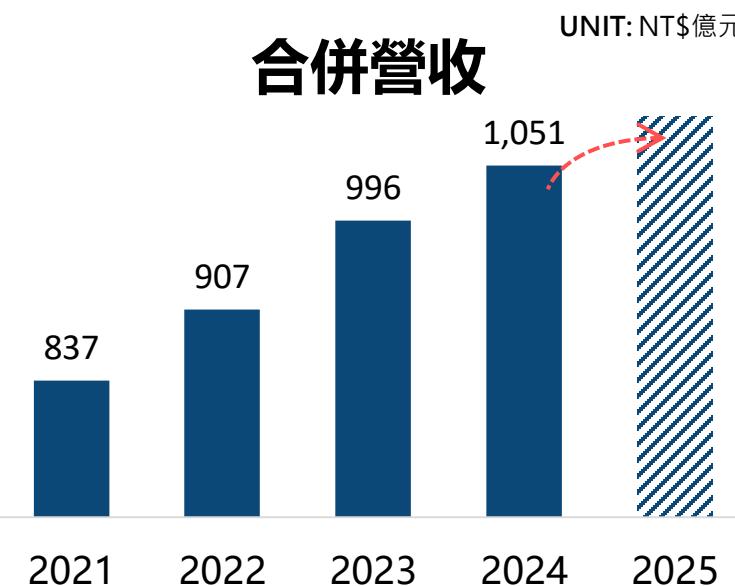
未來展望

營運發展主軸

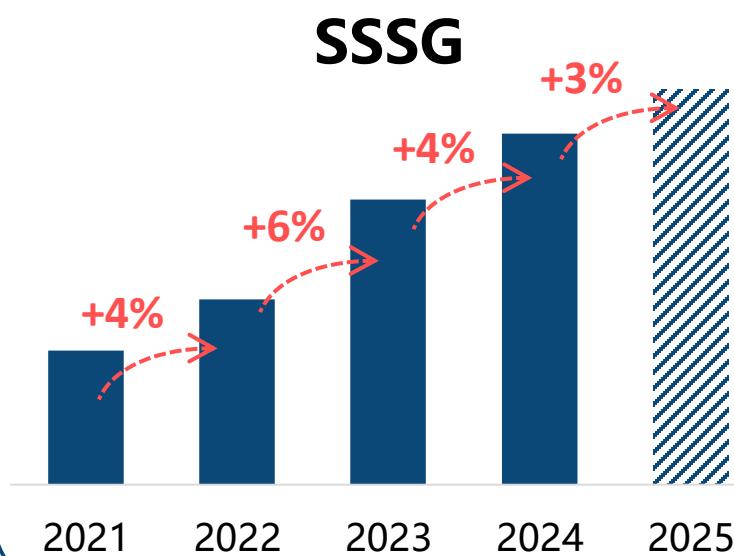
展店動能 穩健擴張



合併營收 持續創高



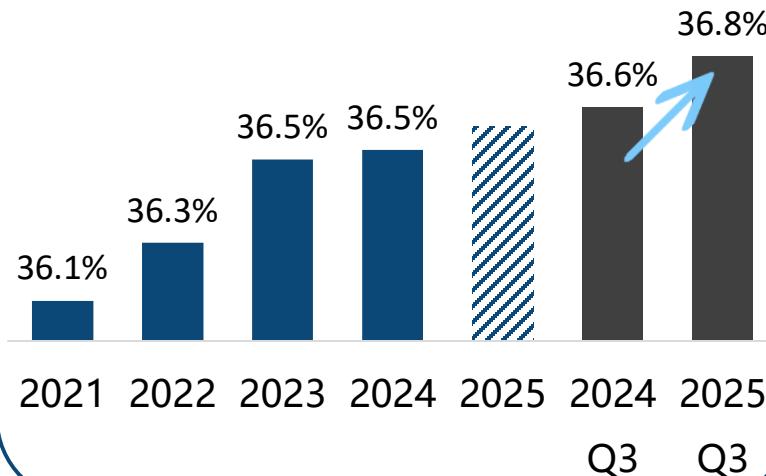
同店獲利 穩固成長



營運發展主軸

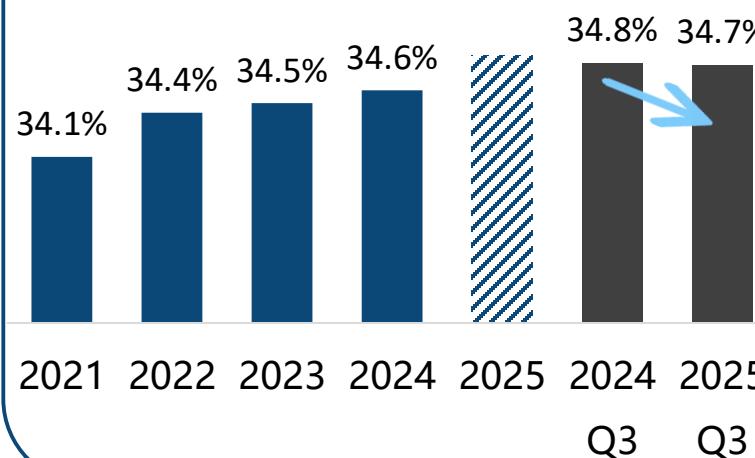
毛利額 極大化

毛利率



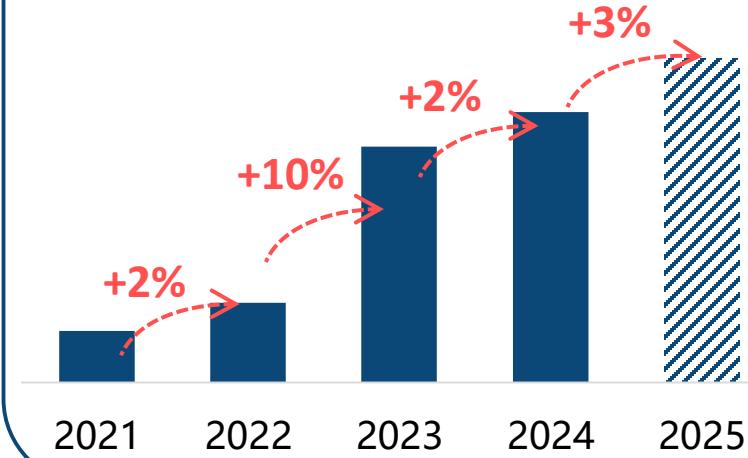
營業費用 精準控制

營業費用率

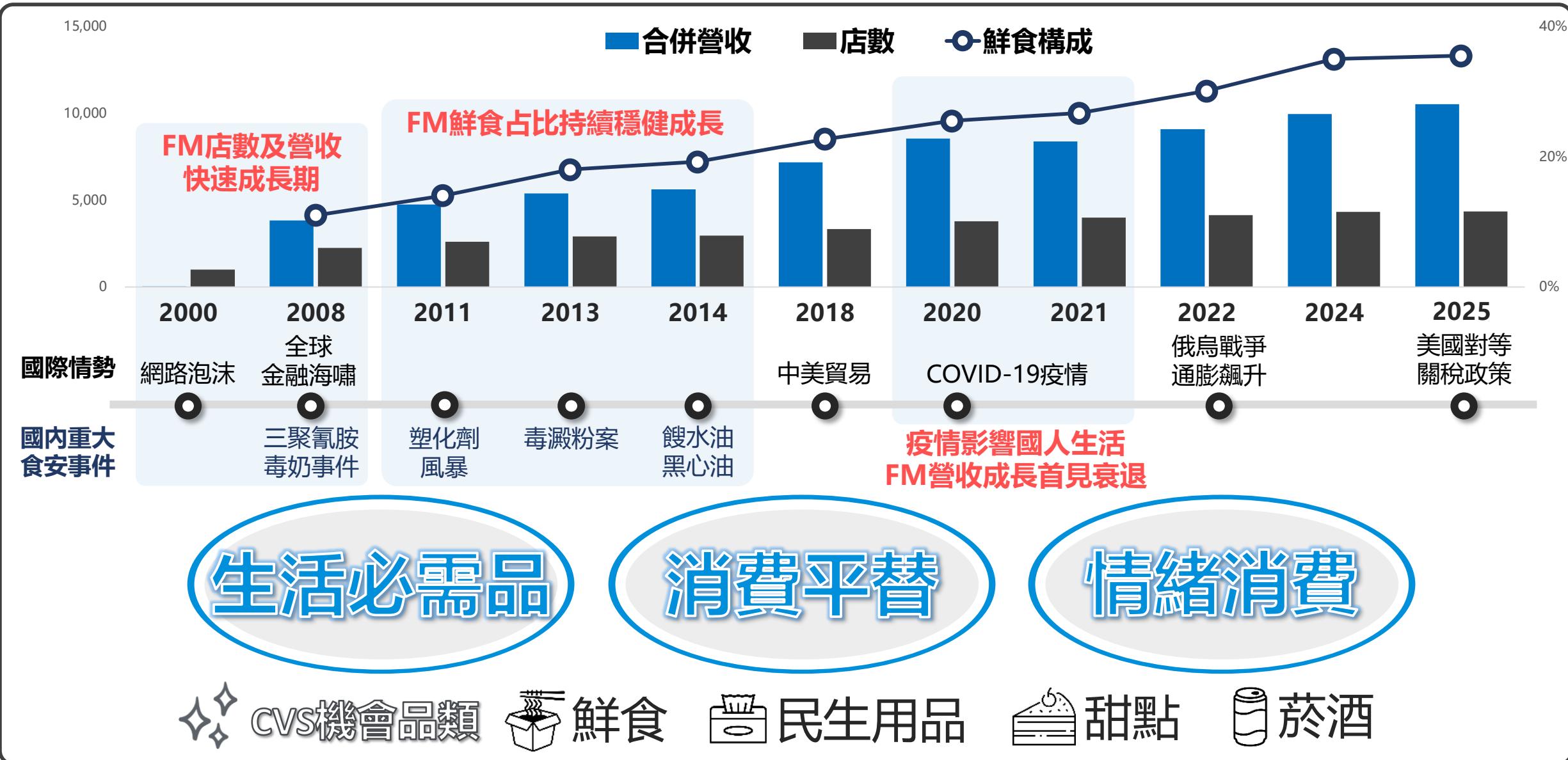


來客數 提升

來客數



外部環境及趨勢掃描



經營發展策略

形塑實體賣場與商模多元魅力

- 滿足各式族群店型展開

FamiSuper、東南亞專區、寵物專區

- 全方位會員生態圈經營

提升會員終身價值、健康生態圈/記帳本

虛實共同成長•OMO經營躍進

精進鮮食&商品競爭力

- 戰略品牌躍進經營

- PB商品全明星大單品開發

- 差異化及趨勢商組推進



打造具特色的數渠運營動能

- 數位渠道精準推動

會員導流、差異商組開發、平台機能優化

- 數位商流營運精進

EC商流與履約服務

未來競爭力&企業價值升級

發展作戰型後勤支援能量

- 作業流程數位轉型

- 供應鏈產銷共好

營運成長動能-①鮮食_聚焦戰略品牌經營

Let's Café



經典&單品咖啡品質精進

Uno Pasta



本質精進/強化CP值好吃印象

Let's Tea



四大產品線-原茶、奶茶、果茶、現煮茗茶

烘焙-匠.極.滿



品牌化經營-匠吐司.極鬆餅.生滿餡.棉蛋糕

Fami!ce



多元型態與吃法，引領話題潮流

minimore



話題新品操作 #被便利商店耽誤的甜點店

營運成長動能-①鮮食_第二成長曲線推進



健康志向

植覺生活



殿堂聯名

NEW
現做調理



馬尚煮、SO HOT炎選、哈逗堡

營運成長動能-②打造差異化商品力，提升競爭優勢

通路
領先販售

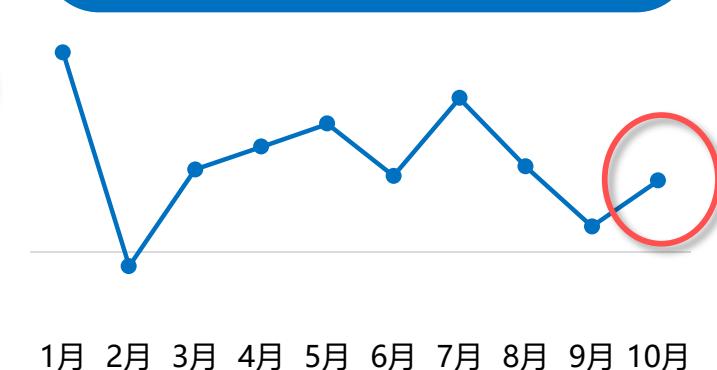
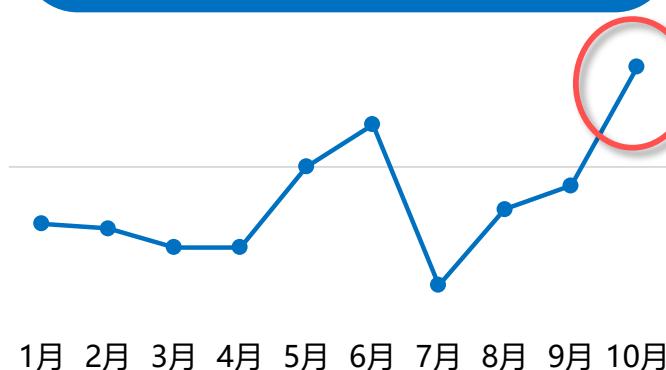
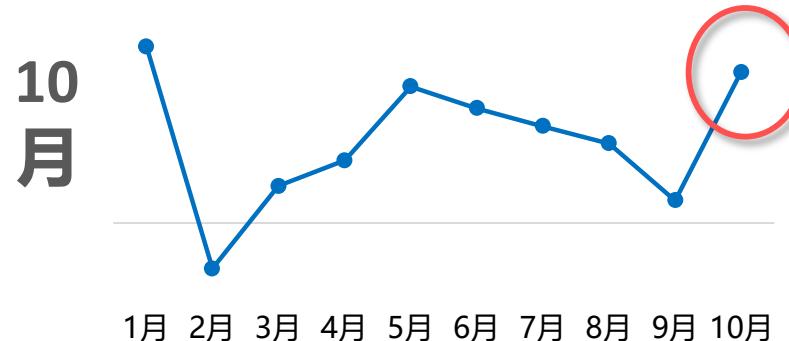
商品
併買效應

來客
成長動能

同店PSD + 5.3%

來客數 + 2.1%

客單價 + 2.5%



營運成長動能-③OMO生態圈_打造具特色數渠平台

APP機能優化·會員價值運營

1,850萬

會員人數

100萬+

每日交易會員

200萬+

高貢獻會員



- 會員個性化推薦
- 多元渠道整合X一站式購物車
- 全站搜尋
- 包裹動態查詢功能



跨境 E C 合作



自有平台推進

營運成長動能-④多元商模_全方位客群需求滿足



Fami Super超市店



- 提供生鮮或即時冷凍品商組
- 結合外送到府服務



東南亞商品專區



- NO PORK 標示方便選購



FamiPets寵物專區



- 全店設置寵物貨架
- 住宅區或公園商圈導入寵物專區

營運成長動能-⑤集團賦能升級_轉投資事業版圖



全網行銷

持股比100%



日翊文化

持股比100%



晉欣食品

持股比100%



福比

持股比93.5%



精藤

持股比70%



2024/11
上櫃

全家國際餐飲

持股比61.96%



全台物流

持股比51.7%



全寵家

持股比60%



全盈支付

持股比51%

長家 國際食品

持股比45%



屏榮食品

持股比38.2%

昶青實業

持股比30%

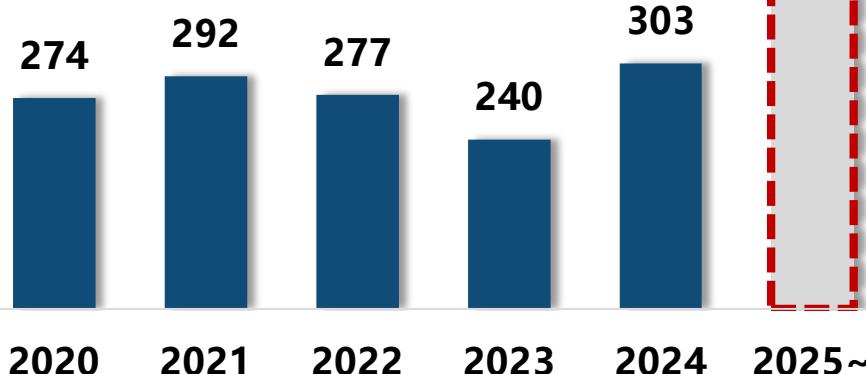
建康 國際食品

持股比30%

營運成長動能-⑤集團賦能升級_驅動獲利再成長

TFM轉投資利益

UNIT: NT\$百萬元



鮮食廠產能支援

- | | | |
|-----------|------|-------------|
| 晉欣 | 屏榮 | 長家 |
| 支援鮮食產能 | | 生產uno pasta |
| 福比 | 建康 | 昶青 |
| 生產麵包 | 供應現調 | 生鮮蔬果原料 |
| 二廠2025年稼動 | 飲品冰塊 | |



物流中心效能支援

- 智能供應鏈
- 多溫層共配
- 基礎建設完備



全台物流



日翊文化



營運成長動能-3N成長策略

New
Business
新事業

New
Format
新店型

New
Area
新地區

多角化佈局•擴大成長版圖 瞬變應靈•精準對應客群需求 強化佈局•聚焦高潛力新市場

- 跨足便利商店以外產業，拓展新興業務版圖，打造多元成長引擎
- 探索多元店型模式，以因應高齡少子化、家戶人數縮減、懶人經濟崛起等消費新趨勢
- 重新梳理中國市場佈局，精選具高成長潛力的新區域，採取主導經營策略



便利永續 你也+1 -全家永續發展行動

遠見ESG企業永續獎

樂齡友善組-首獎

教育推廣組-楷模獎

公益推動組-楷模獎

社會創新組-楷模獎

台灣永續行動獎

全家多元友善便利商店-銀級

實踐低碳支付的全盈家-銀級

全家影響力愛心大平台-銅級

打造全家永續經營韌性-銅級

天下永續公民獎

大型企業組

2024年-第13名

2025年-第8名

TCSA台灣企業永續獎

人權實踐與發展-領袖獎

永續報告-金獎

Buying Power社創採購獎

採購獎-首獎

新創共好組-特別獎

資誠永續影響力獎

全家DEI便利店(影片)銀獎



The End