

創業家數位股份有限公司

股票代碼：8477 法人說明會

轉型垂直整合電商

打造共同採購中心

報告人：總經理

日期：2025年12月30日

免責聲明

本簡報含前瞻性陳述，實際結果可能受市場需求、總體經濟、供應鏈與競爭環境影響而異。

除法令要求外，本公司無義務更新或修訂本簡報內容。

財務數據以公開年報與季報為準；營運數據僅揭露公司可公開範圍。

資料來源：公開資訊觀測站／公司年報與季報

大綱

01

公司定位與轉型方向

02

2025 Q1-Q3 財務摘要與虧損收斂

03

B2B 企業採購打樣：切入策略與初步成效

04

共同採購中心：以量制價的供應鏈整合

05

AI：資料架構流程優化與營運模組化

06

已揭露事項、結語

07

Q&A

公司簡介

創業家數位的三大營運型態

生活市集

綜合性 B2C 電商平台經營

企業採購平台

封閉式 B2B 採購服務

企業、製造工廠物料零售

以企業端通用需求切入，包含庶務、
耗材、作業用具、禮贈品等

❏ 企業物料零售是導入入口，導入後以企業採購平台承接為固定頻次與流程化服務。

轉型方向：從補貼流量到供應鏈效率

核心原則：避開電商補貼戰場，優先追求可持續的財務結構與效率

三條主軸：

1

精實營運

縮編低毛利戰線，讓虧損收斂

2

垂直整合

以通用物料切入，建立企業固定採購頻次與流程黏著，以共同採購中心概念，整合量與價資源，打造供應鏈護城河

3

AI工具與模組化

資料流程優化 + 營運模組化，提升人均產值

轉型進度



結構調整 (B2C、線下團購)

主動調整資源配置，縮編低毛利戰線



B2B 企業採購初步成效

- 客戶約 40 家
- 成功導入後：每月固定採購 1-2 次
- 平均客單價約 NT\$25,000
- 協助客戶該項物料採購成本下降約 10%



AI工具與模組化

資料清洗、平台資料切分、流程重構、營運模組化

營運人力下降至 20%



財務體質 (2025 Q1-Q3)

2025 前三季營收 339,302 千元

Q1→Q3 營收下滑下，虧損維持收斂與控制

2025 Q1-Q3 財務總覽：營收縮編、虧損控制

單季營收(新台幣千元)

- Q1：139,644
- Q2：116,908
- Q3：82,750
- 前三季累計：339,302

單季 EPS(元)

- Q1：-0.56
- Q2：0.10
- Q3：-0.16
- 前三季累計：-0.62

營業淨損(新台幣千元)

- Q1：(23,811)
- Q2：(23,992)
- Q3：(25,727)
- 前三季累計：(73,530)

📌 **NOTE**：2025 年前三季累計營收 339,302 千元，單季營收呈現逐季下降，主因為縮小規模，主動調整資源配置，營業淨損在 Q1 到 Q3 營收下滑時幅度並沒有失控，反映在縮編過程中我們仍持續控管成本結構，EPS 方面，Q2 單季為正主要反映出售松果平台的影響，先不將這一次性因素視為經常性獲利來源。

損益表 (Q1-Q3)

毛利(新台幣千元／毛利率)

- Q1：毛利 21,339 (15%)
- Q2：毛利 15,886 (13%)
- Q3：毛利 8,543 (10%)

營業費用合計(新台幣千元／費用率)

- Q1：45,150 (32%)
- Q2：39,878 (34%)
- Q3：34,270 (41%)

前三季累計(新台幣千元)

- 累計毛利：45,768 (13%)
- 累計營業費用：119,298 (35%)

項目	Q1	Q2	Q3	累計
營收	139,644	116,908	82,750	339,302
毛利	21,339	15,886	8,543	45,768
營業費用	45,150	39,878	34,270	119,298
營業淨損	(23,811)	(23,992)	(25,727)	(73,530)

❏ **NOTE**：從 Q1 到 Q3，毛利率有下滑趨勢，這是營收規模縮小下，留下的熱賣商品同時後市場價格競爭影響，另一方面，營業費用金額確實往下調整，但因營收縮得更快，所以費用率在 Q3 相對提高。

營業外影響 (Q1-Q3)

營業外收入及支出合計(千元)

- Q1 : (11,905)
- Q2 : 30,251
- Q3 : 15,771
- 前三季累計 : 34,117

稅前淨利／淨損(千元)

- Q1 稅前淨損 : (35,716)
- Q2 稅前淨利 : 6,259
- Q3 稅前淨損 : (9,956)
- 前三季稅前淨損 : (39,413)

季度	營業淨損	營業外	稅前淨利／淨損
Q1	(23,811)	(11,905)	(35,716)
Q2	(23,992)	30,251	6,259
Q3	(25,727)	15,771	(9,956)

Q2 稅前轉正主要受一次性平台處分相關損益影響，包含出售平台收入等一次性項目，不視為經常性獲利來源。

資產負債表 (2025/9/30)

(單位：新台幣千元)

流動性資產 (摘要)

- 現金：102,060
- 透過損益按公允價值衡量之金融資產 (流動)：50,500
- 按攤銷後成本衡量之金融資產 (流動)：30,980
- 按攤銷後成本衡量之金融資產 (非流動)：200,200

營運相關科目 (摘要)

- 存貨：23,389
- 應付帳款：59,335
- 資產總計：470,111

102,060

現金

281,680

金融資產

含流動及非流動

470,111

資產總計

☐ **NOTE**：至 2025/9/30，我們的現金是 102,060 千元，另外金融資產在流動與非流動項下也有配置，這些安排的目的，是讓公司在轉型期間保持資金彈性，穩健推動 B2B 與系統化投資。

B2B 企業採購

定位：封閉式企業採購

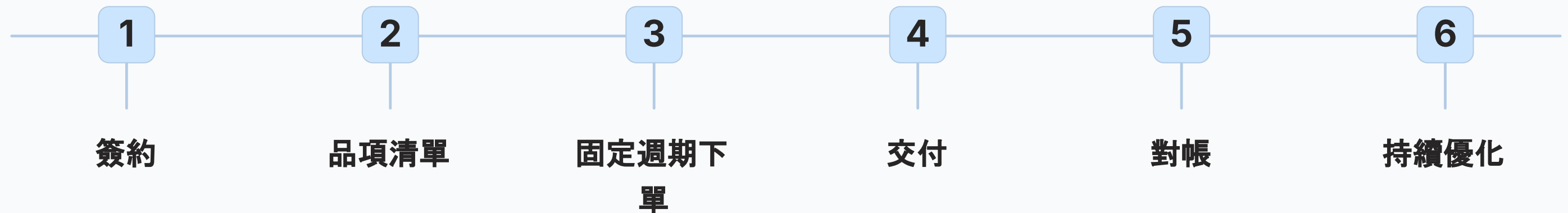
以企業固定需求的「通用物料」切入

重點不是追求短期商品交易總額,而是建立採購流程黏著與可複製模型

初期切入品類

- 通用庶務類
- 禮贈品
- 耗材
- 工廠作業用具

服務方式(封閉式流程)



共同採購中心：製造業經驗為主體的合購模型

競爭方式轉換：從流量補貼 → 供應鏈量、價整合

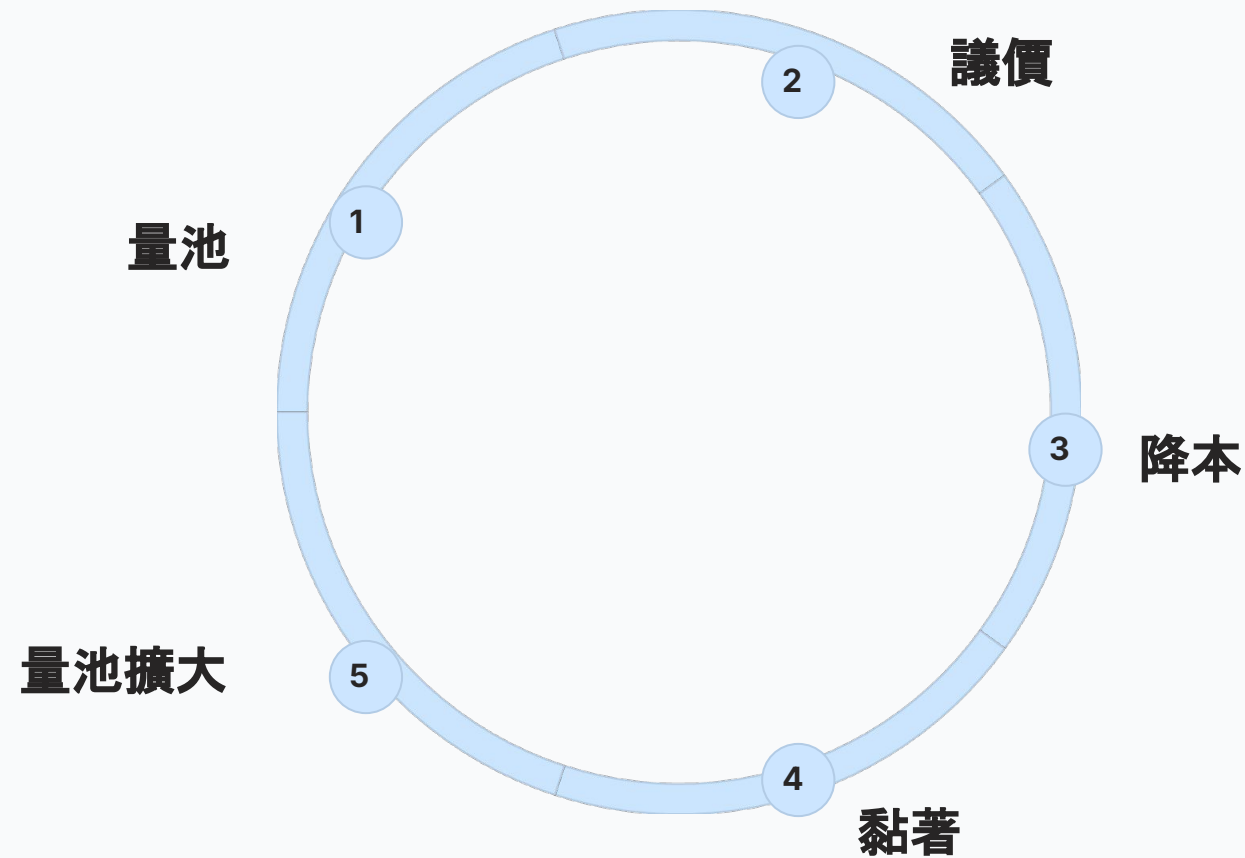
量的來源

- 製造業經驗所累積的自身需求
- 供應鏈夥伴需求
- 客戶、聯盟關係的合購需求

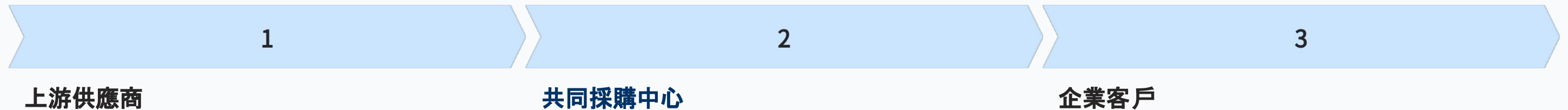
價的形成(以量制價)

- 合併需求 → 議價條件更佳 → 供給更穩定
- 對客戶：成本下降
- 對公司：形成可持續的垂直整合護城河

量—價飛輪

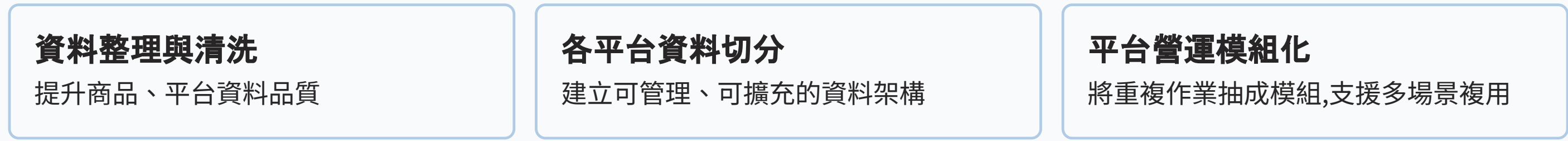


供應鏈角色圖



AI工具：資料架構流程優化＋營運模組化

已落地的重點工作



資料流架構圖



內部效率 KPI

20%
平台營運人力
轉型後大幅下降

已揭露事項：松果平台相關處分

- 考量公司未來營運策略,於 114 年 4 月 29 日經董事會決議處分子公司松果購物公司之網路交易平台經營部門業務予非關係人,並於 114 年 5 月 5 日簽訂合約,處分價格為23,809千元。

結語：短期控制虧損、打造以「共同採購中心」為核心的垂直整合電商集團

1

短期：體質

在營收縮編中持續控管費用與虧損

維持財務結構健康

2

中期：B2B 打樣

擴大 B2B 客戶基數與固定採購頻次

以可複製模型推進

3

長期：供應鏈護城河

共同採購中心整合量、價資源,結合 AI

工具將流程模組化提升效率

打造垂直電商平台

Q&A

謝謝各位投資先進