

東森國際多媒體購物佈局

99.12.15

◎ 東森國際全面佈局多媒體購物(包含電視購物及網路購物)

1、台灣U-Life開播五個月開始獲利，創下台灣電視購物史紀錄

東森國際於 1999 年投資成立東森得易購股份有限公司，成為台灣市佔第一名的電視購物事業。為延續東森國際於媒體事業之豐富經驗，東森國際並於 2009 年轉投資成立森森百貨股份有限公司，並於 2010 年初開播，共五個頻道，分別為 35、47、48、60 以及 80 台。儘管開播初有東森得易購為不當之假處分的風波，但短短試播三天消費者反應熱烈，NCC 亦於 2 月 3 日通過 34 家系統台廣告頻道可變更為 U Life 之決議，且相關假處分爭議經東森國際及森森百貨依法提出抗告等程序後，其中就桃竹苗之 TBC 系統之 70 萬戶假處分，最高法院已認定東森得易購所提假處分並無所憑而裁准廢棄假處分裁定及供擔保金等，並發回高等法院更審，而針對中嘉系統等 28 家系統商所提

之假處分，最高法院早已於 2010 年 6 月 3 日裁定予以廢棄確定，故可知相關假處分爭議司法機關多為有利於東森國際及森森百貨之裁判且已趨屆落幕。

U-Life 於 2010 年 5 月正式開播以來，以全台 320 萬戶的收視戶，加入台灣主要電視購物頻道的行列。為了帶給消費者最好的體驗，並且迎接高畫質的數位影音趨勢，U-Life 投資高畫質攝影棚並積極開發各項商品，就是希望能在最短的時間內獲得消費者肯定。最難得的是，U-Life 正式營運僅僅 5 個月時間，由於業績穩定成長，九月份開始，在沒有大型促銷活動的帶動下，已經出現單月獲利，與台灣同業平均需 2 到 4 年才能獲利相比，顯示了東森國際投資 U-Life 不論在團隊組成以及消費者的肯定上面，都表現了卓越的績效。預計很快能夠損益兩平，可望為東森國際帶來新的獲利貢獻。

2、強化台灣 U-Life 網路通路

配合網路購物在台灣蓬勃發展，從 2006 年每年 1300 億，成長到 2010 年的 3500 億，以倍數成長的力道十分驚人，面對此趨勢，U-Life 除了持續發展現有的電視購物通路之外，也要積極規劃進軍網路市場。

與封閉式的電視購物市場不同，網路購物不用爭奪昂貴的上架通路，而且可以無限量提供商品種類，充滿了無限的發展潛力，U-Life 看準了網路購物市場的發展趨勢，積極發展網路商城，成效逐漸顯現，藉由 U-Life 的強勢通路品牌效應，在毫無強勢行銷的情下下，2010 年 5~9 月，短短五個月，已經累積逾新台幣六千萬營業額，預計伴隨著商品的增加以及購物界面的整合，2011 年將可以數十倍的發展，為投資人創造更大的收益。

3、積極進軍大陸家庭購物、衛購及網路購物事業

拓展大陸市場，台商不能單打獨鬥，外貿協會聯合所有台商的力量，再逐步發展大陸的台灣品牌，計畫首先要建立對台灣的美好印象，其次建立對「台灣製造」(MIT)的好印象。配合台灣外貿協會 MIT 計畫，東森國際積極拓展行銷通路和建立品牌形象，透過值得信賴的品牌形象，從網路購物與電視購物多管道進軍，發展東森自有的虛擬通路。

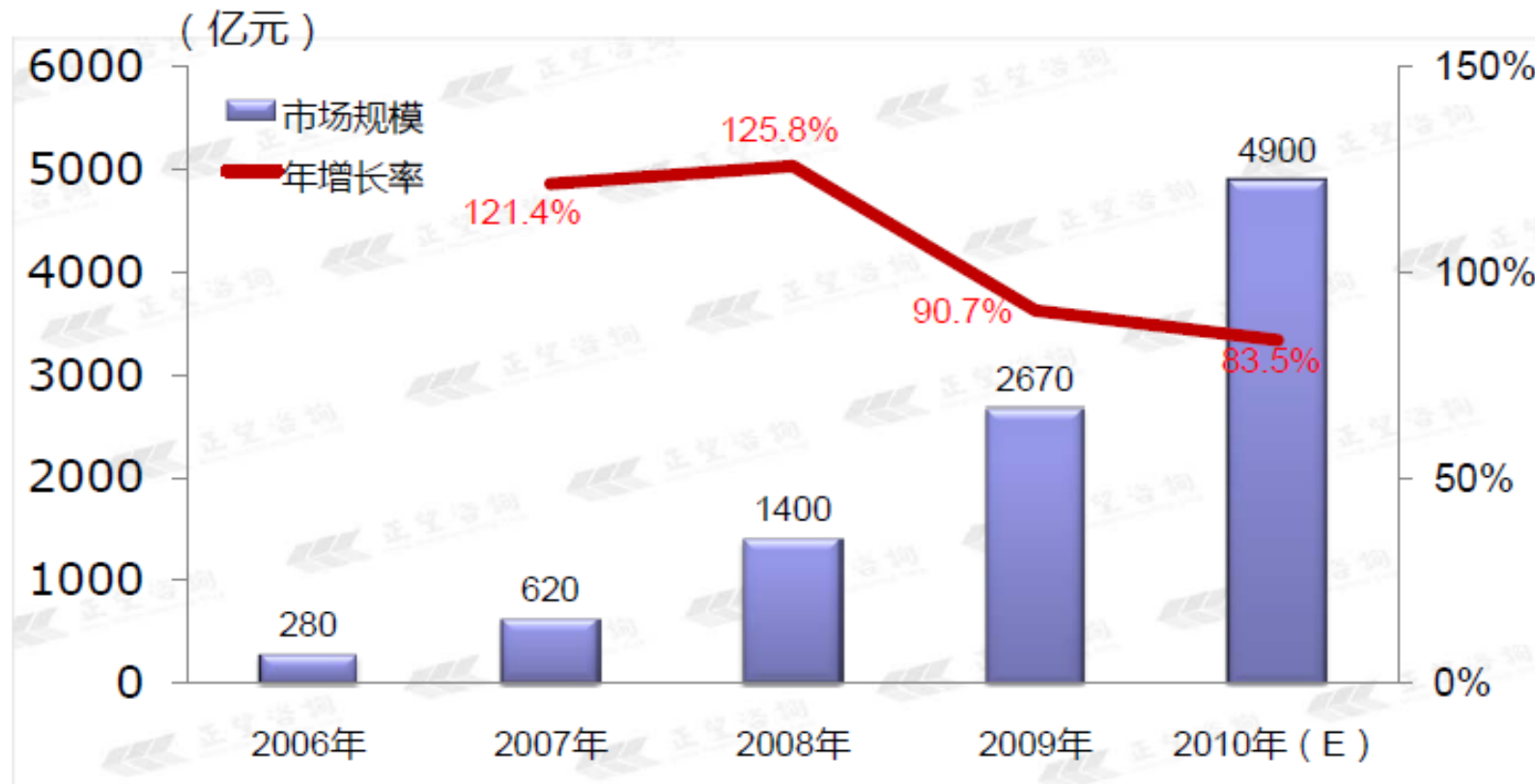
東森國際公司過去在台灣為華人地區電視家庭購物事業領導品牌東森得易購的創始公司，作為台灣成立超過十五年的上市公司，以過去東森購物及現在 U-Life 的成功經驗，積極規劃藉由電視家庭購物此一便利的渠道提供消費者優質商品與完善服務，一洗大陸家庭購物產品在消費者心中「偽、劣、假」的形象，精選優秀的商品，同時創

設兩岸商貿平台，透過此平台，增加兩岸商品的交流，並以完善的售後服務，徹底提升家庭購物產業的健全化與專業化。

根據 2010 年 4 月 2 日的“線上購物業在中國”論壇報告，業內人士預測，未來 10 年，隨著大陸零售總額的增長，電視購物市場規模可望從 2009 年的 234 億元人民幣增加到 2020 年的 5000 億元人民幣。目前，全球電視購物行業以每年超過 29% 的速度增長。美國電視購物行業年收入達千億美元，占全國零售總額的 8%。韓國電視購物銷售額占全國零售總額的 12%。而 2009 年大陸電視購物市場規模約為 234 億元，僅占社會消費品零售總額的 0.19%，發展潛力仍大。

虛擬通路另一重要通路為網路平台，大陸市場受惠於上網人口快速增加，2009 年已經超過 3.84 億，2009 年中國大陸網路購物市場規模高達人民幣 2,483 億元，較 2008 年成長 93%，儘管成長如此快速，但是 2009 年中國網路購物的佔比僅佔其零售業銷售總額的 1%，比較起亞洲先進國家的 7%，尚有很大成長空間。根據北京正望諮詢有限公司發佈的《中國網上購物消費者調查報告 2010》，2009 年度大陸網路購物持續高速發展，2009 年大陸網購金額達到

了人民幣 2670 億元，比 2008 年增長 90.7%。網購人數達到 1.3 億。該報告也預測，2010 年大陸網購市場規模將達到人民幣 4900 億元(見下圖)，預計較 2009 年成長了 83.52%。每年仍然以超過 60% 的速度成長，成長尚無止境。



東森國際正密切注意此趨勢，並積極規畫進軍大陸網購市場，並且透過東森國際兩岸商貿平台的優勢，透過網購讓大陸的消費者也能夠輕鬆購買台灣的優質商品，創造更有價值的購物網站。