

橘子集團 2019 年合併財務報告

橘子集團(股票代號：6180)公佈依國際財務報導準則(IFRS)所編製之 2019 年合併財務報告：

| 單位：新台幣仟元 | 2019 年 | 2018 年 | 年成長率 YoY% |
|------------------|-----------|------------|-----------|
| 營業收入 | 9,681,345 | 14,334,948 | -32% |
| 營業毛利 | 4,093,158 | 4,893,919 | -16% |
| 營業利益 | 1,260,034 | 2,042,336 | -38% |
| 稅後淨利 歸屬於母公司業主 | 887,895 | 1,759,973 | -50% |
| 每股盈餘 | 5.10 | 10.31 | |

橘子集團 2019 年合併營收為新台幣 96.8 億元，年減 32%，主係 2017 年 12 月人氣手遊《天堂 M》新上市的高基期影響；營業毛利為新台幣 40.9 億元，因高毛利產品組合比重提升，營業毛利率達 42%，較去年增加 8 個百分點；營業利益為新台幣 12.6 億元。歸屬母公司業主稅後淨利為新台幣 8.9 億元，每股盈餘 EPS 5.10 元。

回顧 2019 年，各事業群穩健發展、beanfun! 串接集團資源，布局熱門商圈、遊戲展會、宗教慶典與娛樂派對等多元場域，逐步打開知名度、形成 beanfun! 生活圈。2020 年，橘子集團將鎖定玩家及動漫族群，並立足於日益完備的大數據資料中心，精準分析玩家外溢消費商機，打造更多便利的行動服務，帶領旗下所有子公司朝全生態網路企業邁進。

橘子集團董事長劉柏園表示：「去年推動 beanfun! 後，我們接觸到大量使用者及各類商家客戶，這些經驗及互動資訊，已分階段納入自建的大數據中心。展望 2020 年，橘子集團將以數據力為核心，推出深度結合遊戲產品的獨家功能與活動，並擴大玩家應用情境。同時，將攜手與年輕消費者積極溝通的策略伙伴，一同推動 beanfun! 成為『玩家首選的行動生活入口』。」

gamania 橘子集團

遊戲事業群穩健營運 引進多樣化產品推升會員基礎

2019 年遊戲事業群穩健營運，由《天堂 M》、《新楓之谷》與《天堂 Remastered》領軍，加上新作《魔力寶貝 M》於台港澳獲迴響，穩定挹注營收動能。2020 年預計有 3-5 款新作上市，包括經典 IP 大作《龍之谷：新世界》以及數款面向輕度玩家的休閒遊戲，期待透過引進多樣化產品的經營策略，逐步擴大遊戲會員基礎；也將深化與 beanfun!的合作內容，針對不同玩家提供獨家遊戲體驗。

支付事業群整合 beanfun!創造綜效 穩定擴大消費情境

樂點在 2019 年推出多項新功能，其中 beanfun!儲點交易金額成長 2.5 倍、「揪票通」O2O 票券應用及「IIO 虛擬道具交易所」則完成第一階段上線。2020 年將優化各服務內容，如「IIO 虛擬道具交易所」的道具交易、帳號交易與交易商城在今年會陸續到位、加強推廣點數與揪票通在更多場域的應用，朝泛娛樂創新交易服務平台邁進。

橘子支付 2019 年鎖定高消費頻次通路合作，打進台北伊通街、四平陽光等商圈，新增多家大型連鎖通路如頂好超市、嘟嘟房停車、大都會衛星車隊...等近兩萬個據點；2020 年將以穩定擴大用戶生活圈的應用場景為目標。

電商事業群持續開展 大數據搭配 AI 演算掌握商機

娛樂社交電商有閑於 2019 年年初正式營運，吸引霹靂布袋戲、角川、東立、野獸國等 ACG 業者進駐，奠下良好基礎；2020 年將全力經營 ACG 領域，推廣「拼團」購物、「拼券」模式等社群模式與服務，亦與知名 IP 及 ACG 相關業者合作，持續擴增品牌合作商家。換物平台 Swapub 藉由舉行各種活動，深度分析各國用戶交易行為進而調整前後台系統，有效推升全球會員數達 280 萬、上傳物件達 950 萬。

展望 2020，電商事業群在持續深入 ACG 生活圈的同時，將以大數據分析搭配 AI 演算法，協助商戶洞察數據資料，快速優化銷售方案與產品開發策略；另一方面，利用機器學習辨識使用者輪廓及需求，提供消費者更即時的熱搜商品榜與精準個人化商品配對。

數位商務解決方案事業群穩健成長 各擁專業掌握 B2B 商機

果核數位 2019 年搶進醫療及國防領域，全年營收穩健成長、雲端資安服務成長四倍；海外除成立新加坡子公司 HyperG，也與以色列資安公司 Reblaze 合作提供真偽機器人流量辨識(Bot Management 業務。2020 年目標是轉型成為 IaaS 與 SaaS 雲端資安服務中心，打造新型智能資安產品，並耕耘新加坡、越南、馬來西亞與菲律賓等東南亞市場。

蟻力以客戶服務及口碑行銷為主要業務，服務客戶遍及台灣、中國、日本、韓國及美國。去年起在 beanfun!推展 B2B2C 的會員管理功能，藉以蒐集商家及消費者需求；今年蟻力將持續擴增系統功能，並更名此顧客管理系統為「認同卡」，期能協助商家使用模組化工具，打造專屬的顧客忠誠度計劃。也將開發智能客服系統，以及挖掘社群口碑數據、發展差異化行銷。

gamania 橘子集團

實踐企業永續經營獲肯定 以「前進南極點」啟發年輕世代冒險精神

為實踐企業永續經營承諾、落實利益關係人溝通，橘子著手撰寫第一本企業社會責任報告書，承諾將用科技推動環境共生、以員工為本構築樂業安居環境、落實永續經營的公司文化，於 2019 年榮獲 TCSA「企業永續報告」金獎肯定。

橘子關懷基金會於成立十周年之際啟動「前進南極點」長征計劃，爾後在 2019 年與紀錄片導演楊力州、Discovery 探索頻道合作，製播冒險科普紀錄片《前進南極點》；並於年底舉辦「去你的南極」主題售票展覽，鼓勵年輕世代及社會大眾勇於為夢想冒險。