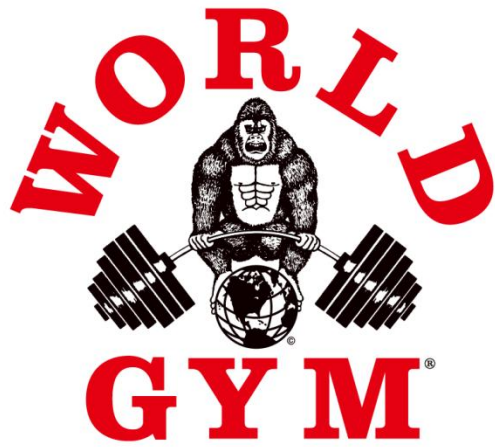


股票代號

2762



世界健身股份有限公司 2025年第二季度法人說明會

2025年9月30日

STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL



2Q25經營成果



The Largest Fitness Brand in Taiwan. We are NO.1

股票代號：2762



2Q 2025 營運成果摘要



營業收入

NT\$ **27.1** 億

+5.5% QoQ
+10.0% YoY

營業毛利

NT\$ **4.3** 億

+7.4% QoQ
-0.5% YoY

毛利率

15.8 %

+0.3 pts QoQ
-1.7 pts YoY

營業利益

NT\$ **1.43** 億

+51.2% QoQ
-19.1% YoY

營業利益率

5.3 %

+1.6 pts QoQ
-1.9 pts YoY

稅後淨利

NT\$ **0.80** 億

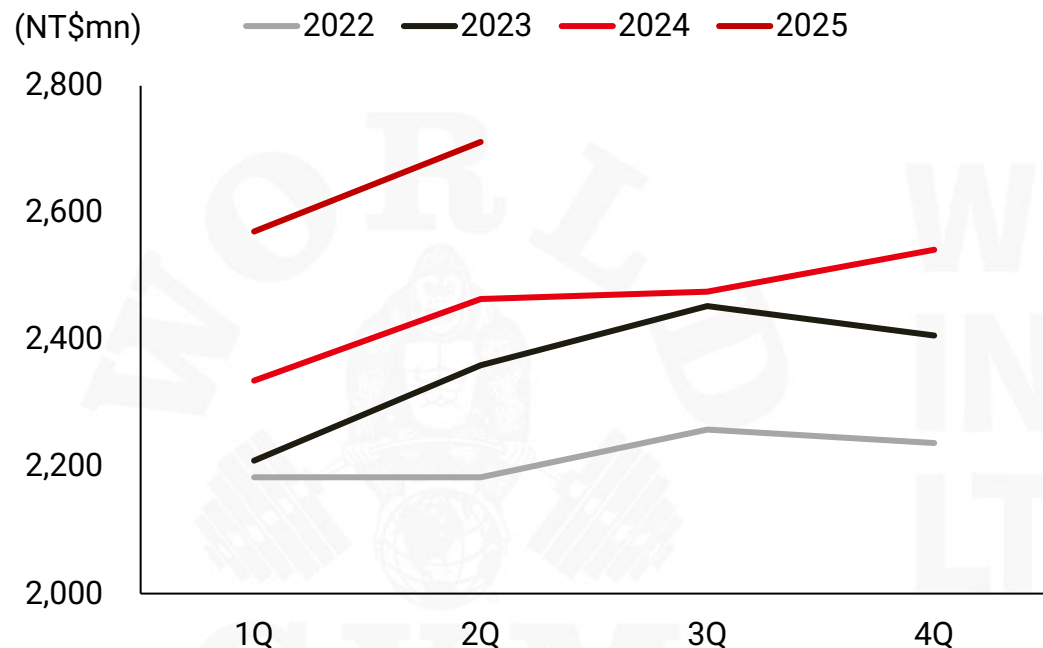
EPS NT\$ 0.73



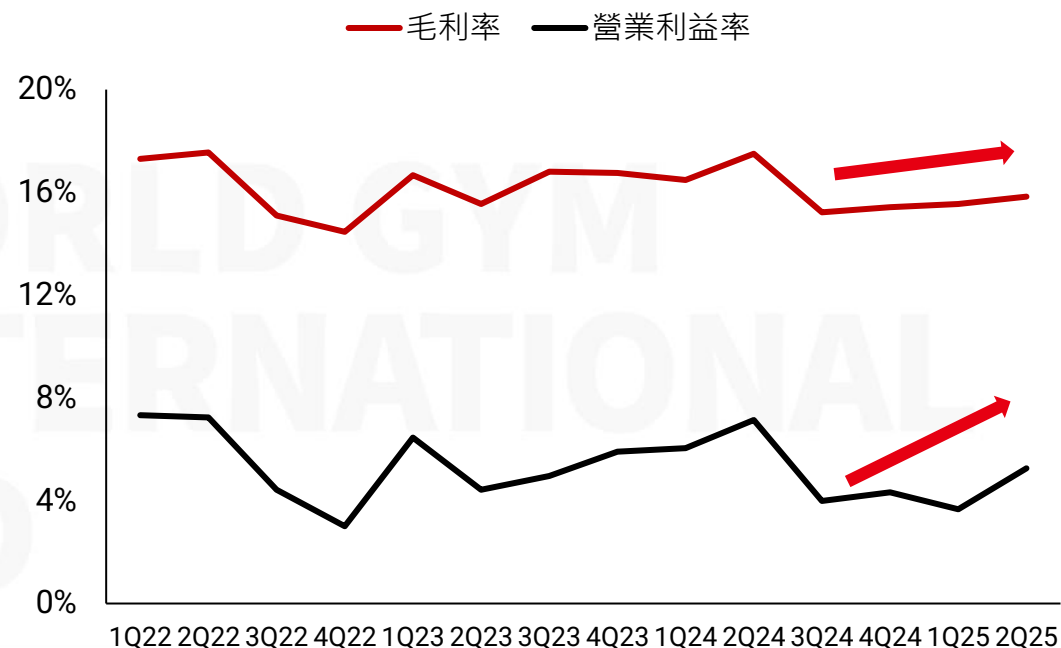
維持強勁成長動能，獲利率持續改善



世界健身季營收趨勢



世界健身季營業利益率趨勢



- 自從COVID之後，年營收持續呈現正成長，2025年8月單月營收9.4億創歷史新高。1-8月累計營收也較去年同期成長11%，即使營收規模已達第二大競爭對手的兩倍
- 二季度毛利率持續改善，加上費用控管得宜，使得營業利益與營業利益率相較一季度都大幅改善



1H 2025 現金流量表 – 強勁營運現金收入



NT\$mn	1H25	1H24
期初現金	570	424
營運活動之現金流量	1,438	1,087
資本支出	(692)	(500)
投資與其他	(63)	99
籌資活動現金流量	(433)	89
期末現金	820	1,199



1H 2025 資產負債表摘要



NT\$m	1H25	%	1H24	%
流動資產	1,828	10%	2,068	12%
現金及約當現金	820	4%	1,199	7%
非流動資產	16,833	90%	15,461	88%
資產總額	18,661	100%	17,529	100%
流動負債	5,946	32%	5,019	29%
非流動負債	9,915	53%	9,126	52%
負債總額	15,861	85%	14,145	81%
權益總額	2,800	15%	3,384	19%



正向的營運趨勢



The Largest Fitness Brand in Taiwan. We are NO.1

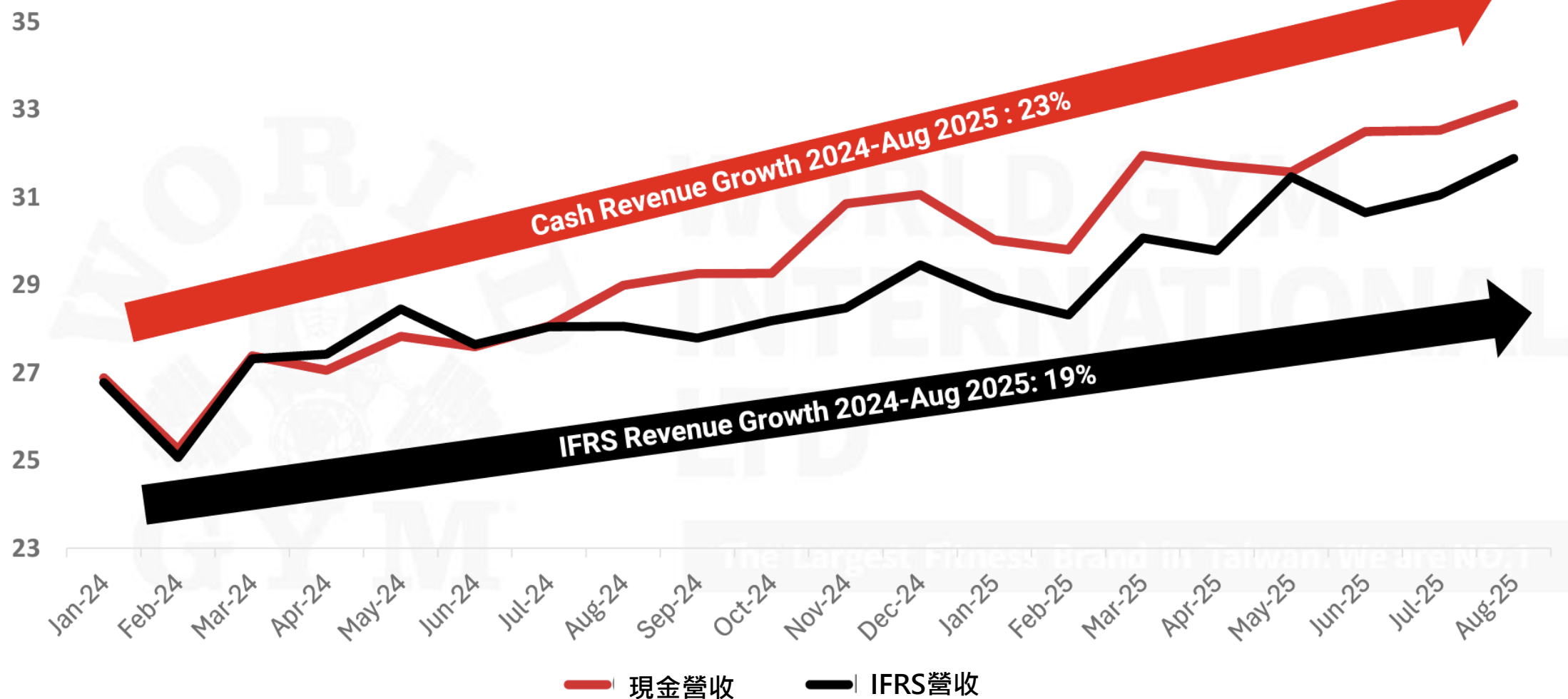
股票代號：2762



近期加速的營收成長趨勢



世界健身2024到2025年迄今營收趨勢 (US\$mn)

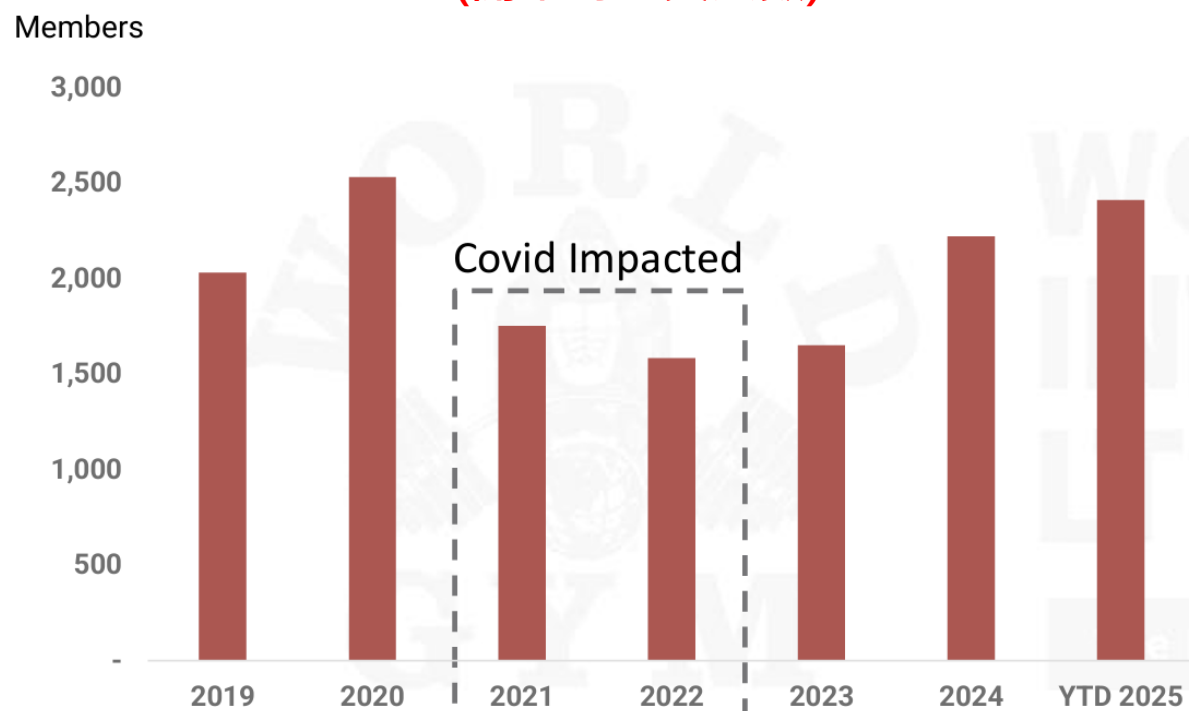




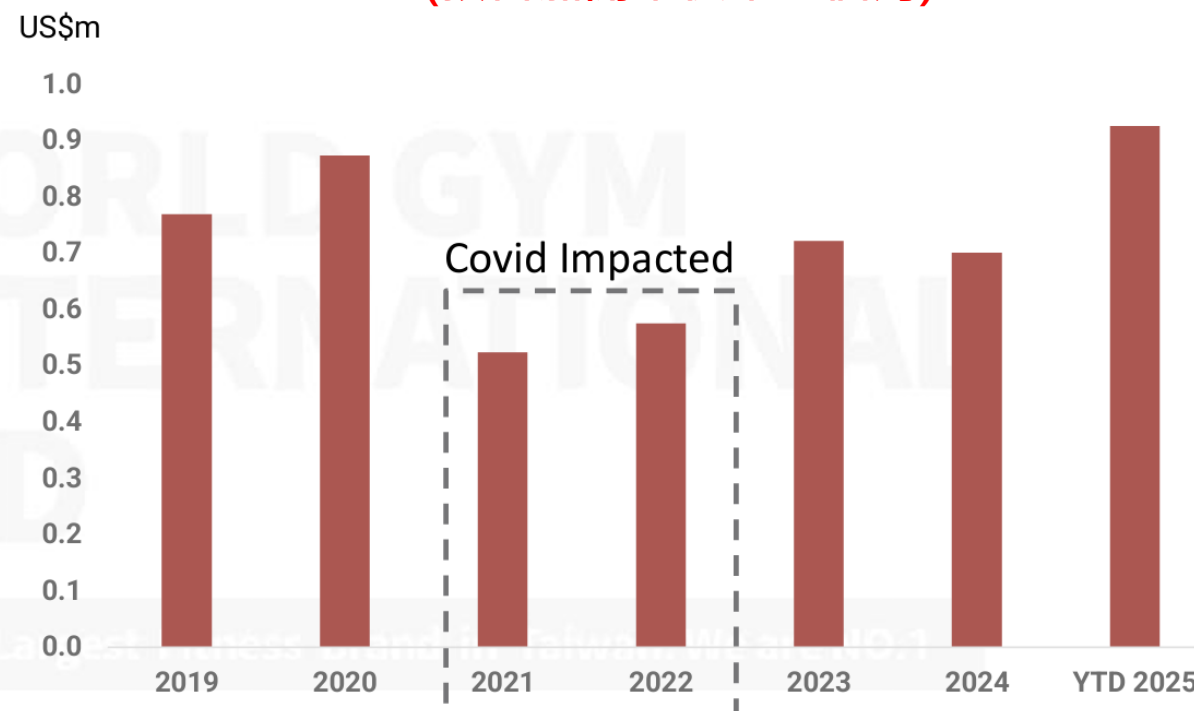
新會所會員數與教練課程趨勢



新會所平均會員數
(開幕時會員人數)



每會所平均教練課收入
(預售加開幕後第一個月)

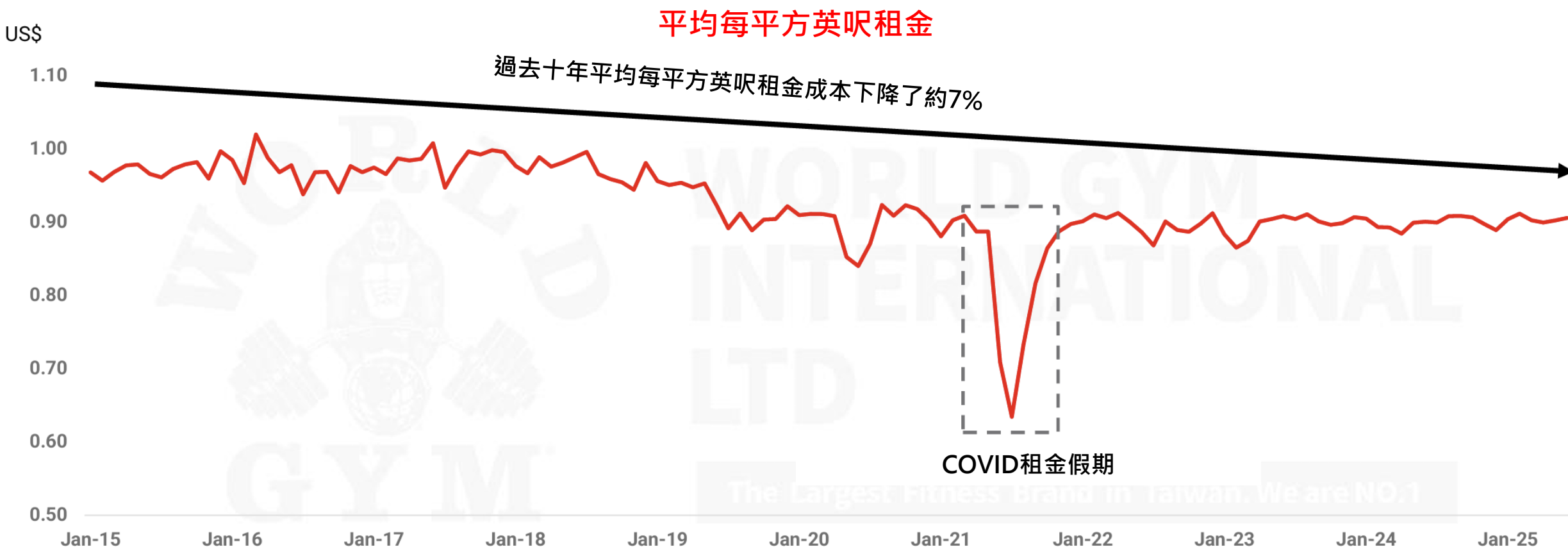


新會所會員數與教練課收入在COVID後有受到影響，但隨著新會所開幕會員恢復到COVID前水準教練課收入與新會所會員數也持續明顯地改善

Note: Excludes JV, Fitzone and Deep Breathing clubs. FX rate 29.50 NTD:USD



租金成本持續下降中



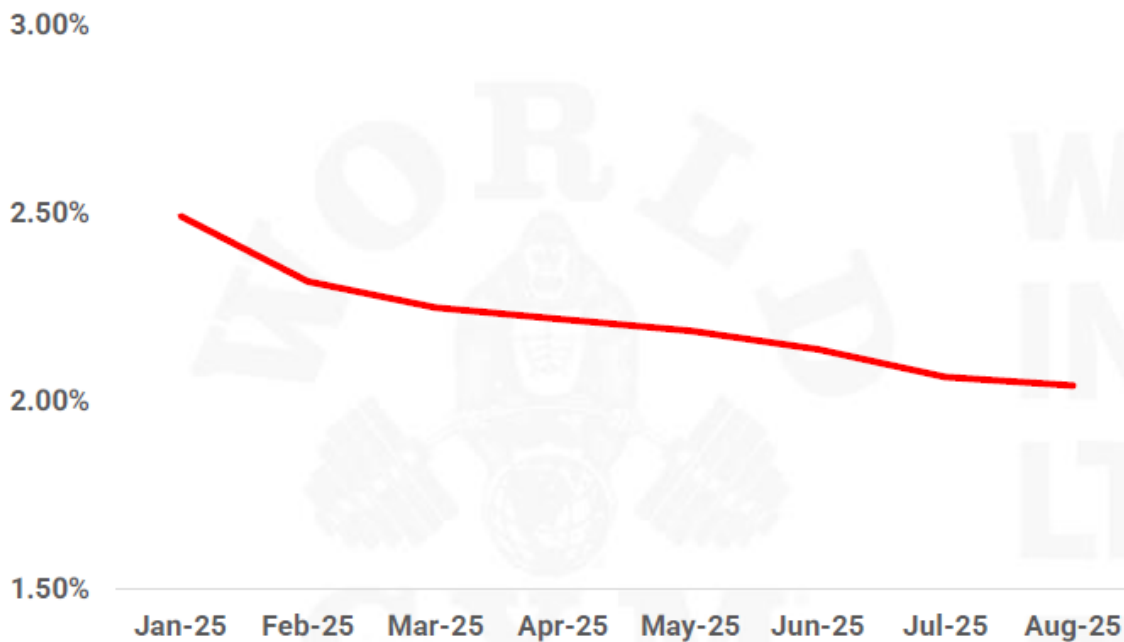
世界健身是房東眼中理想的租客，讓世界健身能在新會所上取得非常有吸引力的租約條件，並能每年持續改善。



強化的會員續約率



成熟會所 (4年以上)
每月會員流失率



會員數成長率

+2.0%

成熟會所 (4年以上)
平均每會所會員數成長率
(25年3月為基礎)

+1.5%

+1.0%

+0.5%

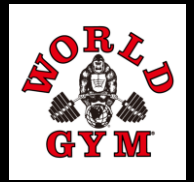
+0.0%

Jan-25 Feb-25 Mar-25 Apr-25 May-25 Jun-25 Jul-25 Aug-25

- 自從COVID高峰，成熟會所 (開幕四年以上) 的會員流失率便持續下降，而現在已經與COVID前的趨勢與水準相符合了
- 再加上新增會員的上揚趨勢，成熟會所的平均會員人數也開始回歸到成長的趨勢

世界健身相較於同業評價受到低估

當世界健身已經成為全球健身房產業領導者之一，公司也進入了新的成長階段，展現出擴張市值與評價的巨大潛力

公司名						
總會員數 (K)	19,700	4,839	1,500	813	891	900
總會所數	2,722	1,743	175	6,265	245	271
過去12個月營收 (US\$mn)	1,129	1,046	2,730	318	283	364 ⁽³⁾
市值 (US\$mn)	9,521	2,278	6,352	381	387	285
非會費收入佔總營收比重 (%)	<10% ⁽⁴⁾	n/a	27% ⁽⁵⁾	n/a	5% ⁽⁶⁾	49% ⁽⁷⁾
EV/ 過去12個月 EBITDA	21.7x	8.1x	11.6x	7.0x	7.6x	4.5x ⁽³⁾

Sources: Company filings, public market data from CapIQ as at 22 July 2025

(1) Number of members, number of clubs and non-membership revenue % total is calculated as of Q1 2025, except for The Gym Group which is as of Dec 2024.

(2) Number of members and clubs are systemwide counts

(3) World Gym figures are based on LTM Q2 2025 cash revenue and EBITDA figure, see description later in the document

(4) Based on corporate owned gyms and includes annual fees, enrollment fees and retail sales

(5) Includes personal training, aquatics, kids' programs, retail sales and other members services

(6) Includes rental income from personal trainers and auxiliary revenue (vending machines, retail, advertising)

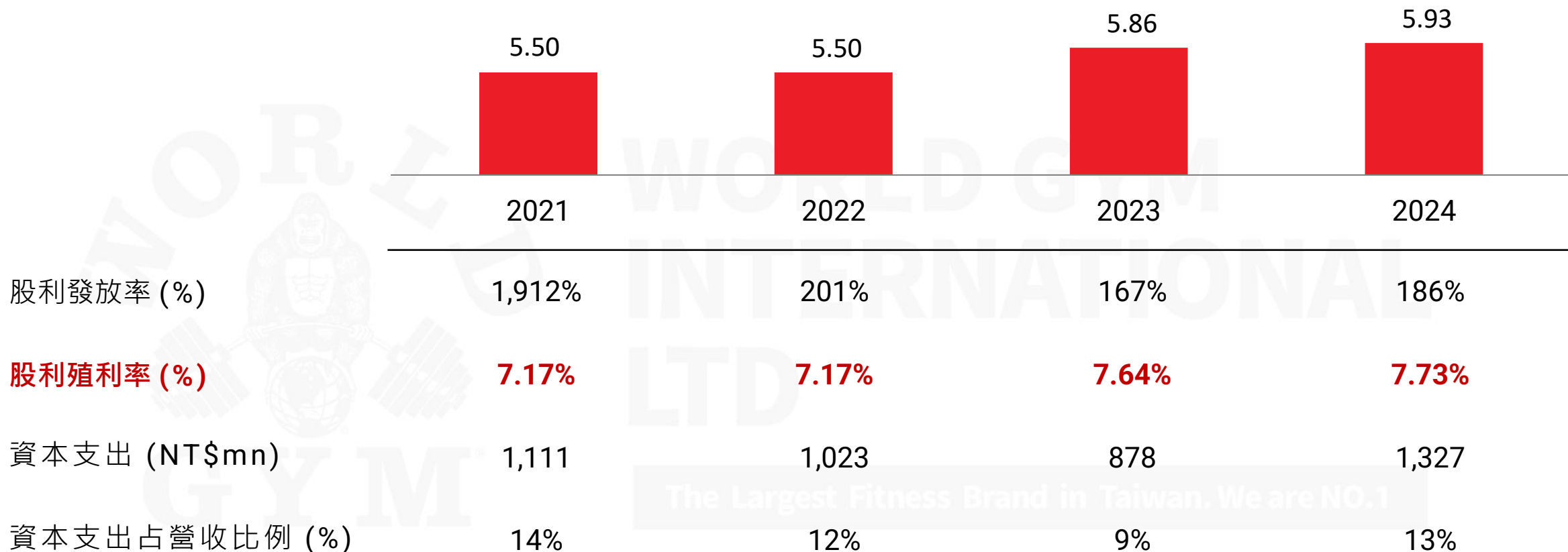
(7) Consists of personal training, net of refunds



持續維持高股利政策



世界健身年度每股現金股利 (NT\$)



1. 2024年殖利率使用世界健身 2025 年 9 月 16 日收盤之市值計算。
2. 2025年期中股利每股NT\$0.907



與其他內需股相比更為傑出的殖利率



台灣健身及內需類股殖利率比較

公司	市值 2025/9/16 US\$mn	殖利率		
		2022	2023	2024
世界健身	274	7.2%	7.6%	7.7%
柏文	407	1.0%	1.3%	2.7%
台灣健身類股中位數		4.1%	4.5%	5.2%
中華電信	34,003	3.5%	3.6%	3.6%
台灣大哥大	10,536	4.0%	4.0%	4.2%
遠傳電信	10,120	3.8%	3.8%	3.8%
統一超商	8,502	3.6%	3.7%	3.9%
寶雅	1,560	5.2%	5.0%	4.9%
全家便利商店	1,402	3.4%	3.6%	3.5%
八方雲集	436	3.8%	3.0%	3.2%
瓦城	262	1.3%	5.5%	-
台灣內需類股中位數		3.7%	3.7%	3.8%

資料來源：彭博社



一分鐘認識世界健身



2001 成立 台灣最大連鎖健身房

2024 上市 營收為第二大競爭對手的近2倍

營收佔比 (2024)

會員收入



50%

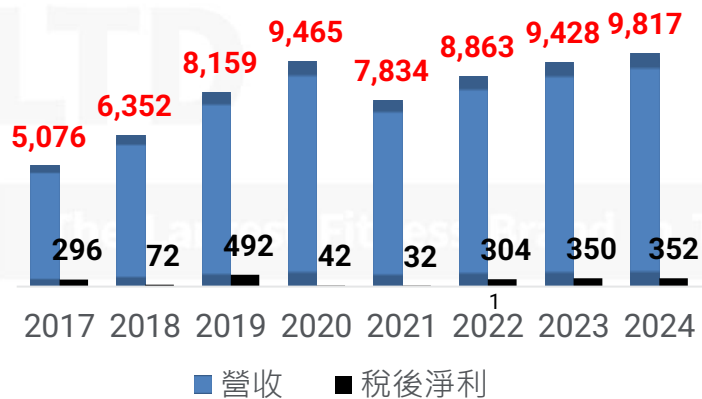
教練課程



49%

財務績效表現

(NT\$m)

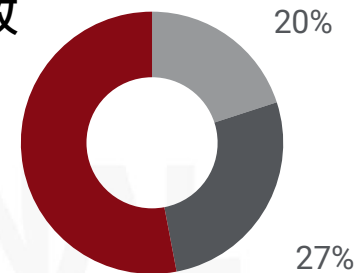


註: 1. 受 COVID 衝擊

台灣健身房市佔率(2024)

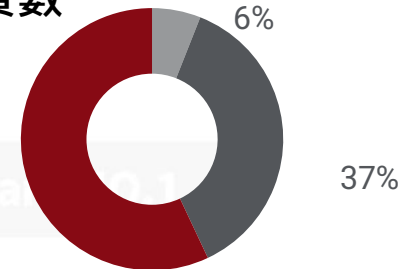
依據營收
劃分

53%



依據會員數
劃分

57%



■ 世界健身 ■ 健身工廠(柏文) ■ 其他

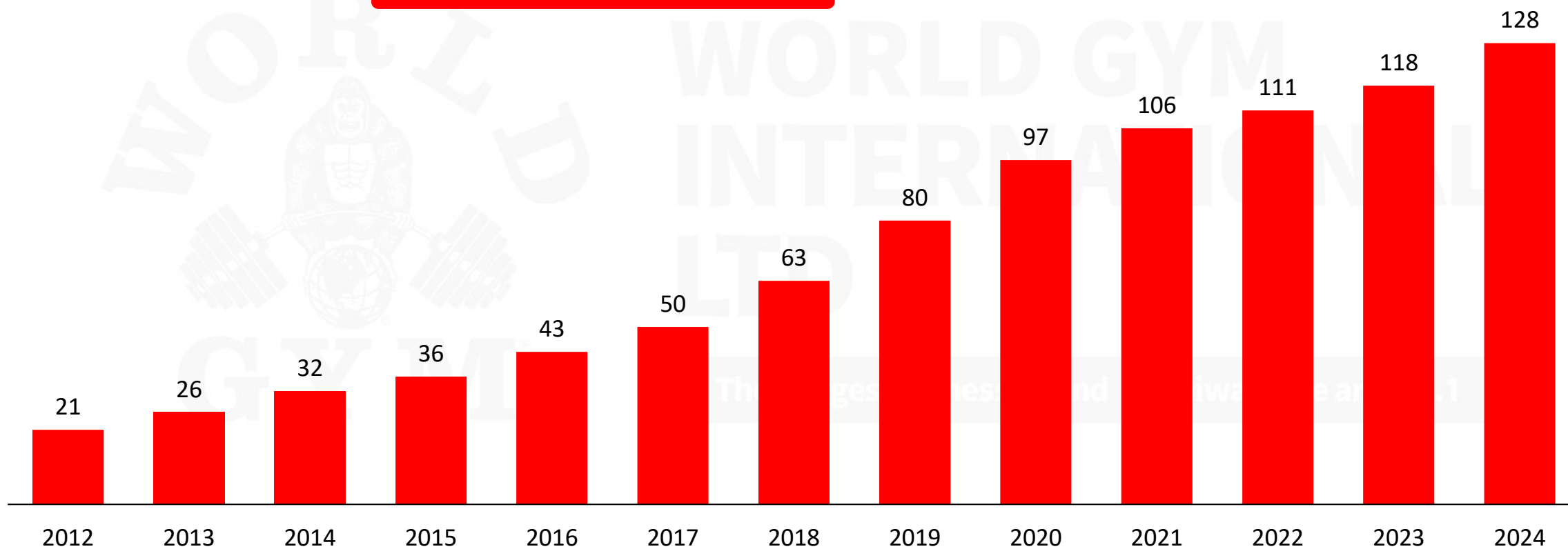


20餘年的卓越成長



開幕店數 (2012-2024)

年複合成長率 2012-2024: 16%





台灣的健身房市場的潛在機會

桃園、新竹、苗栗

人口數	2030 年健身會員滲透率	潛在市場規模 ¹	目前 WG / 健身會所數：
390 萬	~11.0%	~60 間會所	20/11

台中、彰化、南投

人口數	2030 年健身會員滲透率	潛在市場規模 ¹	目前 WG / 健身會所數：
460 萬	~12.0%	~75 間會所	25/15

雲林、嘉義、台南²

人口數	2030 年健身會員滲透率	潛在市場規模 ¹	目前 WG / 健身會所數：
360 萬	~10.0%	~45 間會所	18/12

大台北地區

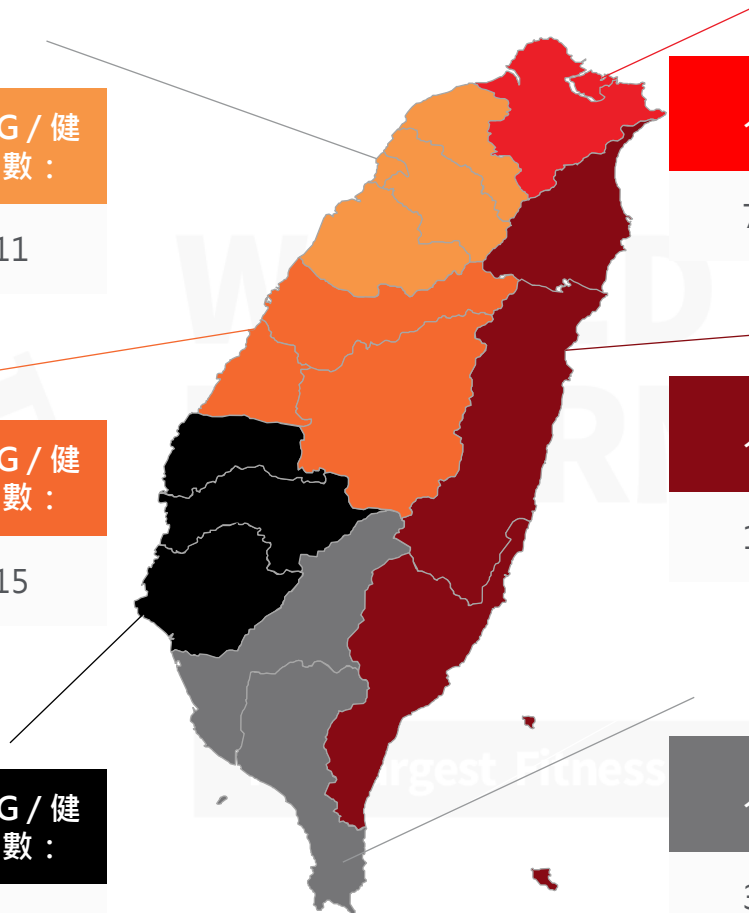
人口數	2030 年健身會員滲透率	潛在市場規模 ¹	目前 WG / 健身會所數：
700 萬	~19.0%	~140 間會所	52/22

宜蘭、花蓮、台東

人口數	2030 年健身會員滲透率	潛在市場規模 ¹	目前 WG / 健身會所數：
100 萬	~8.0%	~10 間會所	4/1

高雄、屏東

人口數	2030 年健身會員滲透率	潛在市場規模 ¹	目前 WG / 健身會所數：
360 萬	~13.0%	~60 間會所	17/16



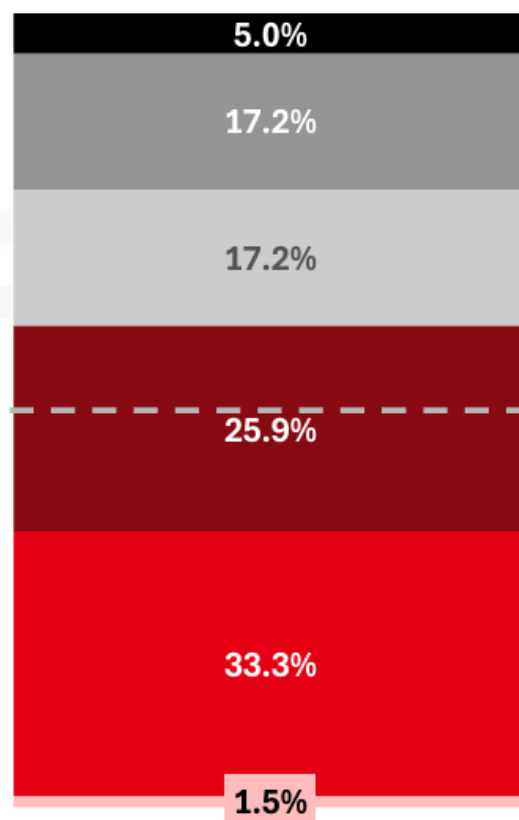
資料來源:內政部、公司網站、市調機構。2030年滲透率為公司估計，未來將根據狀況更新調整。
註: 1. 包括World Gym系列與 Express 系列，假設每個俱樂部約有5,000名會員。2. 包括澎湖和金門。



有利的人口結構趨勢

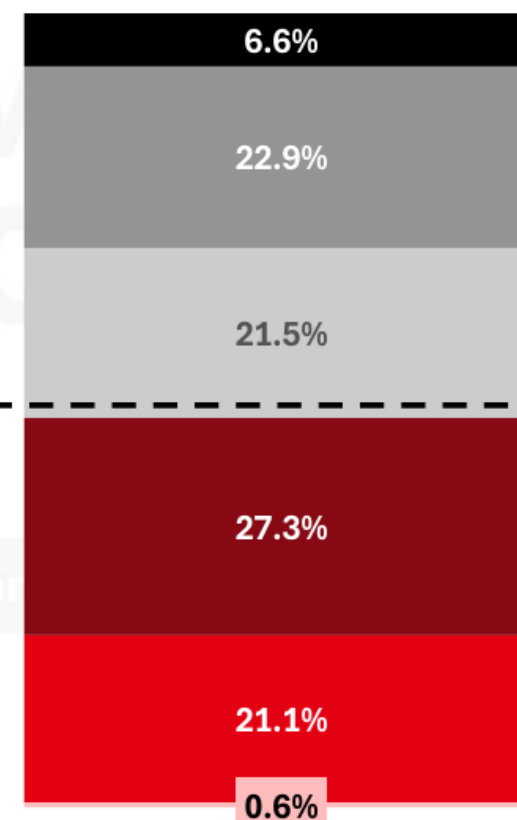
平均每月新會員數 (1)

1.28萬會員



活躍會員數 (2)

47萬會員



新會員基礎傾向較年輕的人口族群，而常來會所的活躍會員則較年長且可支配所得較高

(1) 月平均資料為2024年12月到2025年7月

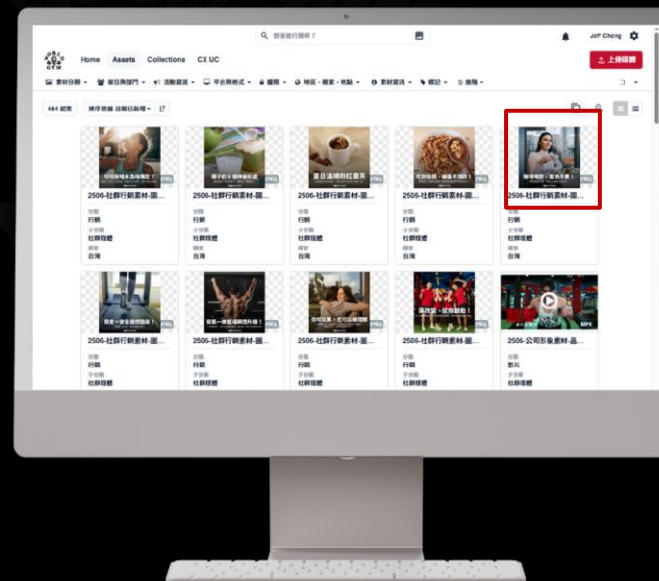
(2) 2025年7月

新的行銷平台與分眾服務以拓展觸及族群



大學生族群- 使用 DAM 系統接觸年輕族群

College Age –
DAM platform engagement with younger demographic



職場人士- 透過 Eype 或銷售連結完成線上入會

Professionals –
Online enrollment via Eype or sales-provided link



&



家庭族群-增設恢復區

Families -Opening Recovery Areas

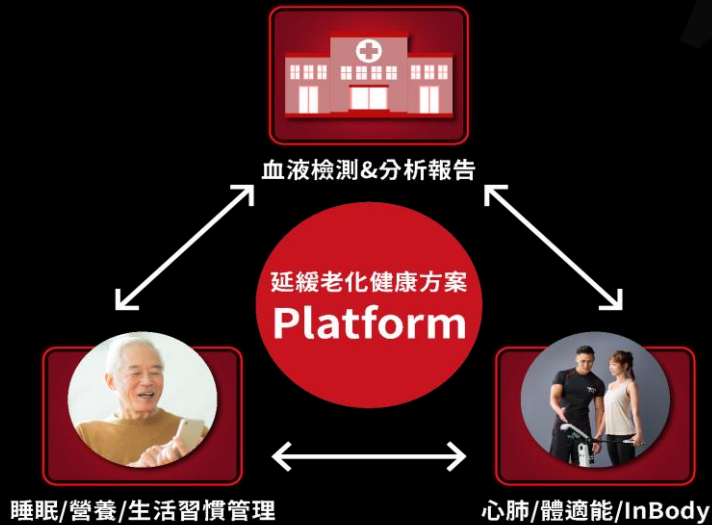


設施包含：冰浴池、三溫暖、紅光
療程、氣壓及氧療設備

Cold Plunge, Sauna, Red Light, Compression and Oxygen
Treatments

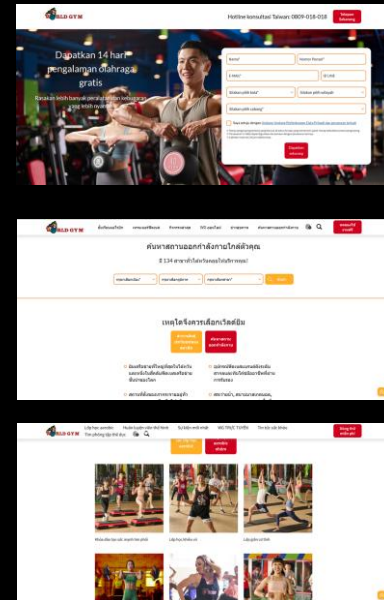
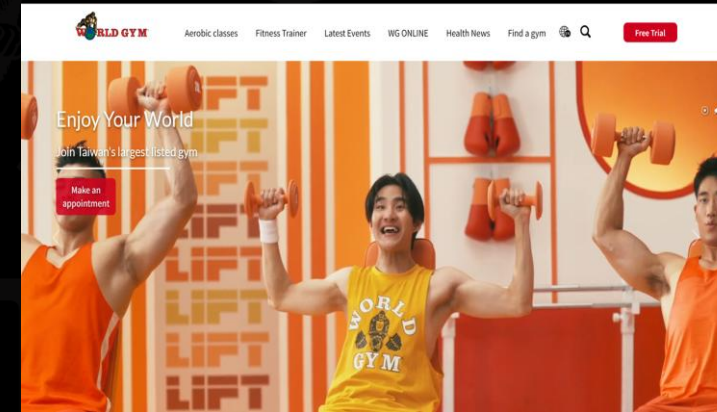
中高齡與退休族群- 延緩老化健康方案

Middle Aged and Retired - Longevity Programs



國際會員- 全新網站多語言介面

International - New Website Multi-language Interface



未來展店規劃與展望



台灣 – 250 家新據點



亞洲 – 250 家新據點
(泰國 – 100 家新據點)

直營
500



2,000
加盟

泰國為海外直營會所的最佳起點



紮實的人口基數 與成長潛力

泰國人口超過七千萬排全球20名，且曼谷都會區人口持續增長



強勁的經濟 與消費增長力道

GDP在未來數年預期保持強勁增長，人均可支配所得足以支持健身消費



市場競爭提供良好的切入點

既有競爭者收取高額月費，使得世界健身的價格具有競爭優勢



低廉的建置成本提供 有利的獲利基礎

會所建置成本約比台灣低三成，可降低投資金額提升獲利

持續擴張與獲利優化以提升長期股東報酬

持續展店



直營與特許加盟雙向並
進擴大營運基數，滿足
強勁的市場需求

優化場館獲利



透過精簡與成本控管計
畫持續優化現有場館的
獲利表現

提升長期股東回報



台灣市場的強勁表現、新會所的
出色業績、以及國際市場的拓展，
將持續提升長期股東回報



ONLY AT WORLD GYM