

宏亞食品股份有限公司

2023 年度法說會

2023.12.28

免責聲明

- 本簡報財務數字依據國際財務報導準則編製，合併數字係經由會計師核閱簽證。
- 本簡報內容非經本公司書面許可，任何第三者不得任意取用或複製。

01 公司概況及年度成果

02 核心經營能力及策略

03 財務報告

04 2024年經營展望



01

公司概況 及年度成果

公司簡介

設立日期：1976年6月14日

上市日期：2001年

產業類別：食品製造業

資 本 額：8.67億 (TWD)

員工人數：約808人

2022年合併營收21億元

主要產品與服務：巧克力、餅乾、喜餅、烘焙、節慶禮盒、巧克力博物館。



ESG成果

永續經營願景藍圖

三大核心 & 五個主軸

由經營理念中的 (誠信與創新) ·
發想三大核心元素 · 貫穿願景藍圖五個主軸

信任 Trust

(= 宏亞的管理方式與績效呈現)

透過誠信透明的公司治理、完善的內部管理、100% 安心健康食品，以及幸福員工的工作環境，打造信任品牌形象。

熱忱 Passion

(= 宏亞執行的措施和規劃)

將宏亞的熱忱與情感，結合社會、環境與經濟面行動，為我們的利害關係人創造多元價值，傳遞感動。

創新 Innovation

(= 宏亞的年度創新與表現)

顛覆傳統商業手法，開啟創新的思維於各方面投入，透過宏亞突破自我不斷前進，型塑新的面貌，並擴大產業的新版圖。



與消費者...
分享甜蜜
安心滋味 (產品面)



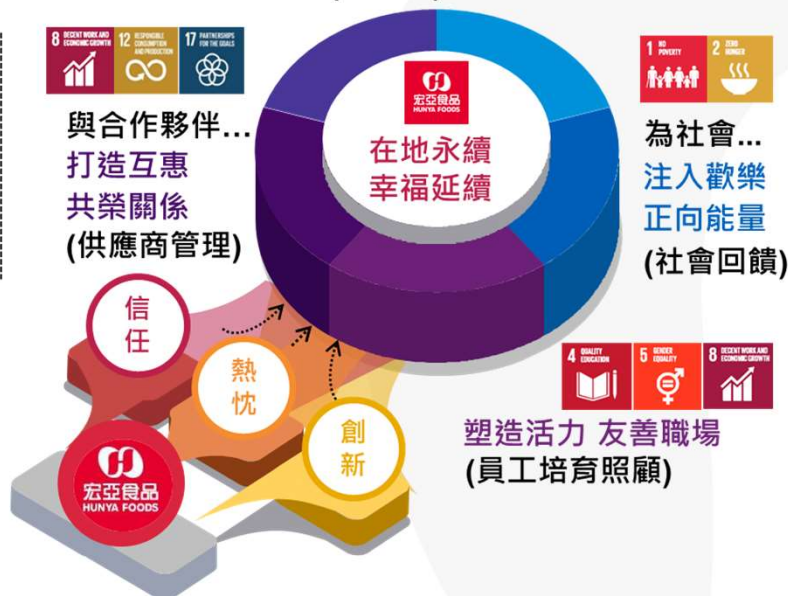
讓下一代...
傳承清新
豐饒未來 (環境面)



與合作夥伴...
打造互惠
共榮關係
(供應商管理)



為社會...
注入歡樂
正向能量
(社會回饋)



ESG 具體作法與成果

<p>01</p> <p>減少添加物</p> <p>推動 Clean Label 2022 共 3 條產線 23項產品群</p>	<p>02</p> <p>廢棄物減量</p> <p>塑膠減量 2022 vs. 2021 (-99.2公噸)</p>	<p>03</p> <p>碳排減量</p> <p>和2022年比較 2022(-21%)</p>
<p>04</p> <p>污染防制投資</p> <p>投資金額 895萬</p>	<p>05</p> <p>導入循環經濟</p> <p>AI品檢導入</p>	<p>06</p> <p>再生能源成效</p> <p>綠能發電建置率佔全廠26.3% 再生能源使用5%</p>
<p>07</p> <p>友善職場</p> <p>預防職災 總和傷害指數: 0.41</p>	<p>08</p> <p>社會回饋</p> <p>關懷弱勢 1,000人次受益</p>	<p>09</p> <p>當地採購比</p> <p>原料之當地採購比例 達到84%(以新台幣計)</p>



永續獎項

台灣食品業唯一得獎



- TCSA 永續報告書- 銀獎 (餐飲食品類)
- BS 8001 循環經濟獎

2020

- TCSA 永續報告書 - 銀獎
- 社會創新獎 - 社會共榮獎

2021

- AREA 綠色領導獎
- TCSA 永續報告書 - 金獎

2022

- TSAA 永續行動銅級 (SDG12)
- TCSA 永續報告書-白金獎

2023

** 2022年全球營收50億元以上列為第一類，50億以下則列為第二類。
** 各類別獲獎名單依次排序(由上至下再由左至右)

傳統製造業				
● 第一類	● 白金級	● 金級	● 銅級	● 銀級
● 白金級	● 金級	● 銅級	● 銀級	● 白金級
遠新世紀	華新麗華	東和鋼鐵	上緯國際投控	● 第二類
亞洲水泥	東元電機	中鋼碳素	大亞電線電纜	● 白金級
台灣水泥	台灣聚合	宏全國際	中鋼鋁業	長泓膠業
台灣糖業	台達化工	中聯資源	永豐餘消費品	宏亞食品
中鋼公司	東聯化學	臺灣菸酒	聚陽實業	嘉新水泥
葡萄王生技	三福化工	大同公司	● 銅級	● 金級
國際中橡	中石化	福壽實業	漢翔航空工業	力山工業
華夏海灣塑膠	中鴻鋼鐵	● 銀級	堤維西交通	大井泵浦
亞洲聚合	勤美集團	宏遠興業	中龍鋼鐵	振鋒企業
	永光化學	台緣公司	長興材料	● 銅級
	新光鋼鐵	新光合成纖維	光隆實業	至興精機公司
		台灣玻璃		永冠能源



研發及產品成果

2023 FOOD AWARD & CERTIFICATION

	2020	2021	2022	2023
 70%黑巧克力乳加				★
 本味誠現-乳酥餅				★★★
 蜜蘭諾千層鬆塔				★
 覆盆子達克瓦茲		★	★★★	
 蘭姆葡萄達克瓦茲		★		
 曲奇餅 (奶油原味)	★★★	★★★	★★★	
 雪茄捲 (香草)	★	★★★	★★★	
乳加 (台灣可可)		★		
黑松露奶黃酥	-			
歐維氏榛果bar	★			



2023 FOOD AWARD & CERTIFICATION

Monde Selection certifies that

90% Extreme Dark Chocolate

of the company

Hunya Foods Co., Ltd

has been granted a

GOLD QUALITY AWARD



Monde Selection certifies that

Wafer Pie_ peanut flavor

of the company

Hunya Foods Co., Ltd

has been granted a

SILVER QUALITY AWARD



2023 FOOD AWARD & CERTIFICATION



A.A. TASTE AWARDS

The Real Food Finder, Choose Wiser, Taste Better.



宏亞品質系統及產品國際認證

CERTIFICATION OF STANDARD



02

核心經營
能力
與策略

經營項目及服務面向擴大

- 2022年併入可頌食品，宏亞所銷售之商品由蛋糕/餅乾等中低筋烘焙品，擴大至麵包等高筋烘焙品。
銷售商品類別擴大，服務客戶型態更多元，觸及原先未經營之連鎖餐廳、連鎖烘焙品牌等客戶。
- 內部得以持續提升研發、製造技術能量，整合原料採購等後勤系統，因應原料成本變動(如:蛋)，改善產品組合效益，提升管理綜效。
- 外部得以靈活運用代工業務與自有品牌之經營模式，滿足不同客戶需求，提高銷售彈性與營運綜效。



品牌策略-提升品牌力!

➤ 根據Kantar 2023台灣品牌足跡報告顯示，在920個台灣FMCG品牌中，去年沒出現的77品牌：

- ✓ 今年一舉進入FMCG Top 20! 首次進榜名列第14名!
- ✓ 食品類成為Top 5!
- ✓ 台灣FMCG Top 20中，成長最快最多! 大幅上升15名!



食品類 FOOD TOP 10 食品類 Top 5 Food Brand!

2022年排名	品牌	消費者觸及數 (百萬次)	2022年普及率	2022年購買頻率
1	義美	37.0	77.7	5.3
2	統一	20.0	59.5	3.8
3	樂事	20.0	57.6	3.8
4	桂冠	18.0	55.3	3.7
5	77	11.0	46.2	2.7
6	康寶	11.0	45.7	2.6
7	可樂果	10.0	43.1	2.6
8	味王	9.0	39.2	2.6
9	卡迪那	9.0	41.0	2.4
10	泰山	9.0	45.7	2.2

2023 台灣品牌足跡排行榜

首次進榜!

台灣快消市場 FMCG TOP 20

全台灣 Top 20 FMCG Brand!

2022年排名	品牌	消費者觸及數 (百萬次)	2022年普及率	2022年購買頻率	2022年排名	品牌	消費者觸及數 (百萬次)	2022年普及率	2022年購買頻率
1	義美	89.0	89.7	11.1	11	愛之味	15.0	54.9	3.0
2	光泉	56.0	74.8	8.5	12	蘇菲	12.0	46.8	2.9
3	福樂	43.0	64.7	7.4	13	養樂多	11.0	33.5	3.8
4	統一	37.0	74.1	5.6	14	77	11.0	46.2	2.7
5	瑞穗鮮乳	27.0	51.5	6.0	15	康寶	11.0	45.7	2.6
6	林鳳營	22.0	38.3	6.4	16	泰山	11.0	48.6	2.5
7	桂格	21.0	58.3	4.0	17	可口可樂	11.0	38.4	3.1
8	樂事	20.0	57.6	3.8	18	黑松	10.0	42.0	2.8
9	桂冠	18.0	55.3	3.7	19	舒跑	10.0	43.3	2.7
10	純喫茶	17.0	30.1	6.2	20	可樂果	10.0	43.1	2.6

2023 台灣品牌足跡排行榜

全台灣FMCG Top 20中

成長最快速 MOST RISING TOP 20

成長最快最多! 大幅上升15名!

成長排名	2022年排名	排名+/-	品牌	消費者觸及數 (百萬次)	消費者觸及數 (成長率)	成長排名	2022年排名	排名+/-	品牌	消費者觸及數 (百萬次)	消費者觸及數 (成長率)
1	96	56	華元食品	4.0	59.0	11	14	15	77	11.0	19.0
2	37	21	樂天	8.0	44.0	12	49	10	味全	6.0	18.0
3	68	31	六甲田莊	5.0	33.0	13	70	21	品客	5.0	18.0
4	43	10	萬丹	7.0	27.0	14	75	20	孔雀	4.0	18.0
5	93	27	健達	4.0	27.0	15	58	15	乖乖	5.0	15.0
6	95	29	馬玉山	4.0	26.0	16	44	6	FIN	7.0	14.0
7	45	10	多力多滋	7.0	24.0	17	8	2	樂事	20.0	13.0
8	89	22	寶礦力水得	4.0	22.0	18	29	8	卡迪那	9.0	12.0
9	54	16	盛香珍	6.0	21.0	19	31	7	湖池屋	9.0	11.0
10	65	20	奇多	5.0	20.0	20	72	17	舒酸定	4.0	11.0

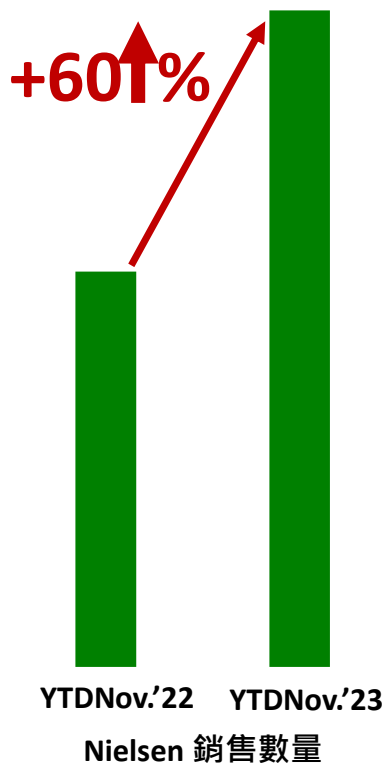
品牌策略-擴大新消費族群Gen Z!

- 根據Kantar 2023年品牌力調查報告顯示，透過品牌年輕化策略，77主要品牌在年輕族群的轉換率顯著提升！
 - ✓ 乳加的15~18歲消費者: 從2019年的19%，大幅上升至2023年的37.5%。
 - ✓ 新貴派、歐維氏和巧菲斯的年輕消費者轉換率也較高，代表仍與時俱進在其生活中建立連結。



品牌策略-符合市場趨勢的產品!

- 歐維氏醇黑巧克力推5種百分比的黑巧克力，滿足各年齡層對於黑巧克力的需求，並透過有效的行銷溝通，成功帶動業績與數量大幅成長，成為台灣黑巧克力的領導品牌!



研發製造策略

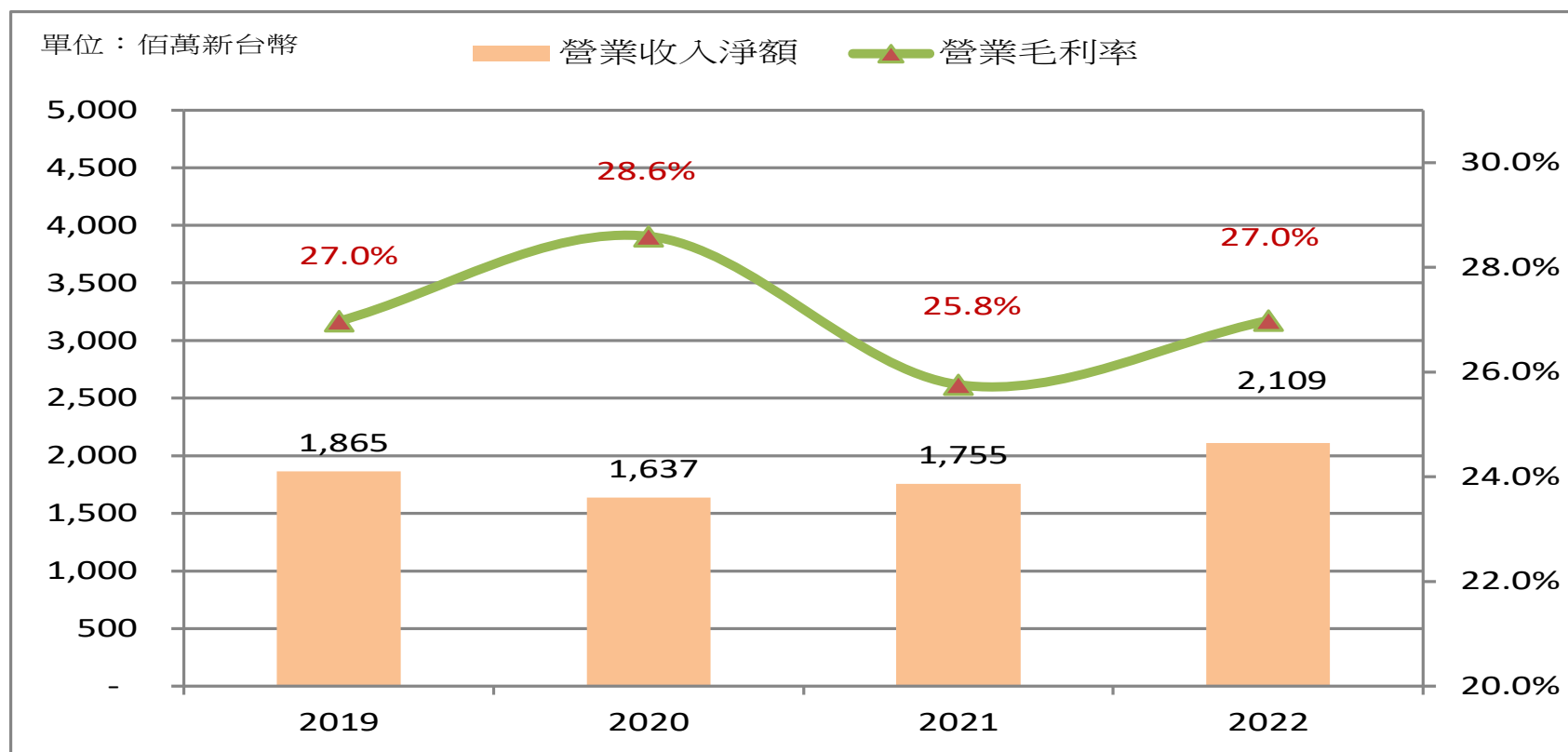
- 好的原料，用好的方法，做出好吃的商品
使用台灣食材，創造在地特色產品。
嚴格挑選國際來源原料。
- **國際工藝**，使用「巧克力研磨設備、DARK巧克力生產線、穀麥巧克力生產線、乳加生產線、威化生產線、鬆塔生產線」等高規格設備。並重視傳承技術與經驗。
- 智慧製造
- FSSC國際認證



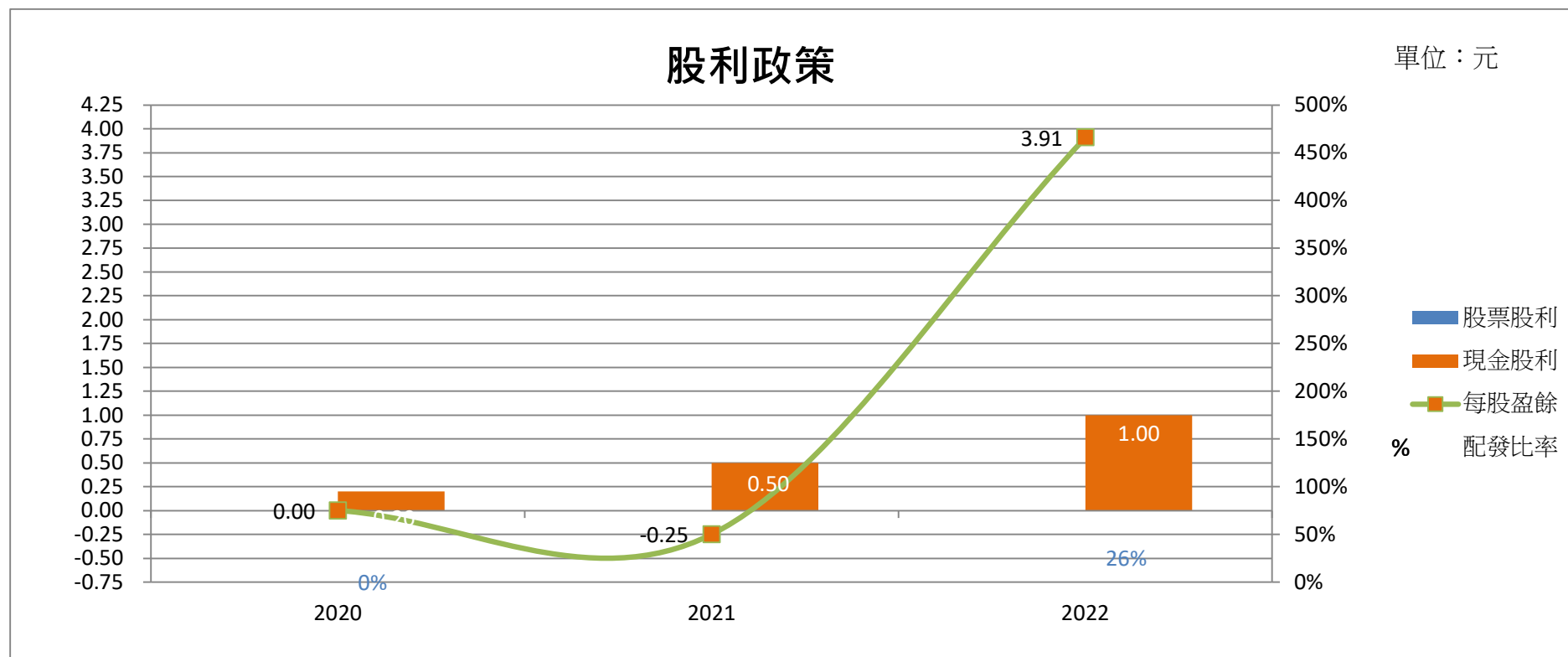
03

財務報告

財務表現—營收&毛利率

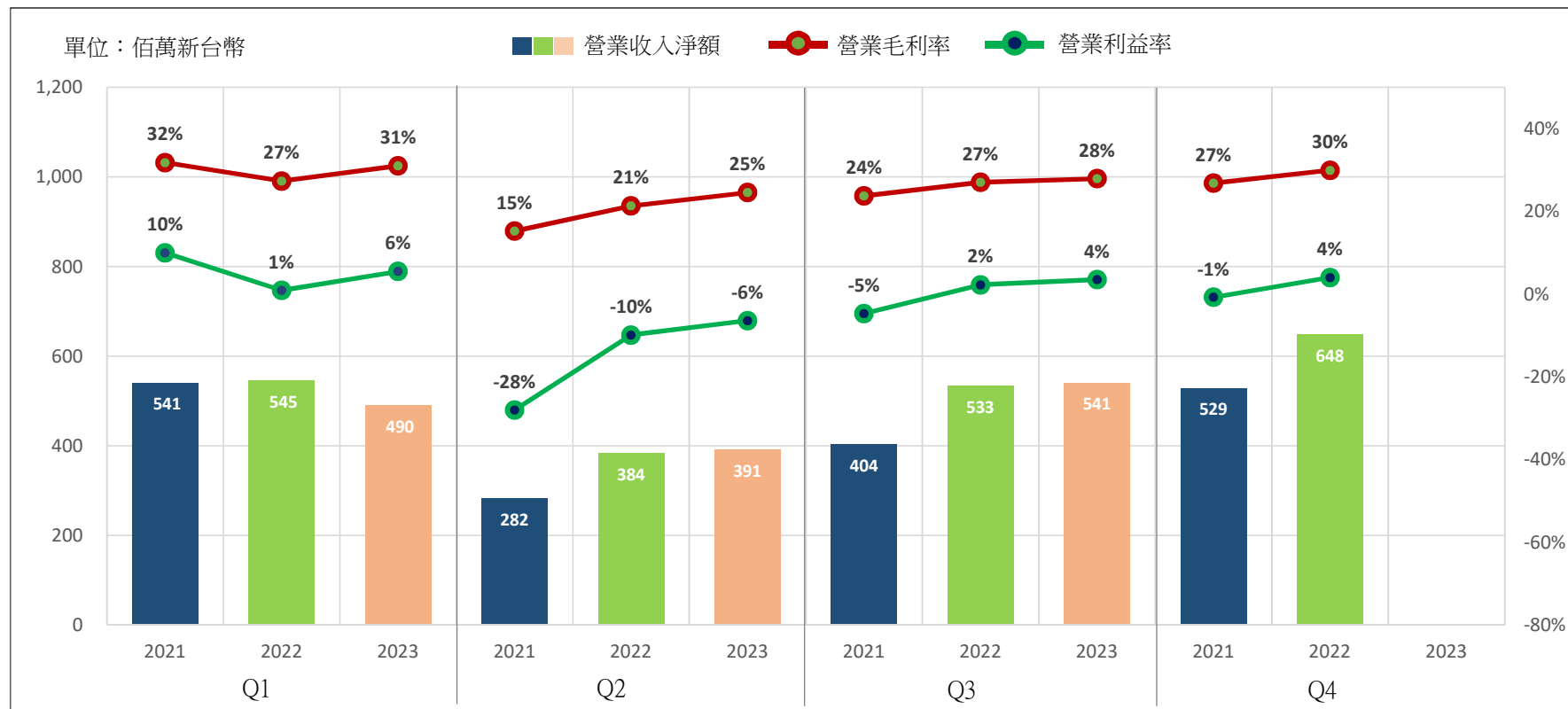


財務表現—股利政策



2022年出售出售八德舊廠土地廠房獲利4.45億，故EPS3.91元，當年度減資2元，故現金股利配發1元

合併損益表- Q o Q



余彩雲1

余彩雲1 毛利率提升2.5%主要原料成本回穩影響、乳加及歐維氏高毛利產品業績提升、退貨率下降/中秋節慶產銷控量合宜造成產品報廢金額減少、產線投資效益降低人工成本。
余彩雲, 2023/12/25

合併損益表-Y o Y

合併損益表

(單位：佰萬新台幣；除每股盈餘為新台幣元)

	2022	%	2021	%	Y o Y
營業收入	2,109	100%	1,755	100%	20%
營業成本	(1,540)	(73%)	(1,303)	(74%)	18%
營業毛利淨額	569	27%	452	26%	26%
營業費用					
推銷費用	(419)		(400)		5%
管理費用	(127)		(86)		48%
營業費用小計	(564)	(27%)	(501)	(29%)	13%
營業淨利	4	%	(49)	(3%)	(108%)
營業外收入及支出	462	22%	18	1%	2467%
稅前淨利	467	22%	(30)	(2%)	(1657%)
所得稅費用	(43)	(2%)	3	%	(1533%)
本期淨利	424	20%	(27)	(2%)	(1670%)
每股盈餘	3.91		(0.25)		(1664%)
股東權益報酬率	3.44%		3.84%		

合併損益表- Q o Q

合併損益表

(單位：佰萬新台幣；除每股盈餘為新台幣元)

	2023.3Q	%	2023.2Q	%	2022.3Q	%	Q o Q	Y o Y
營業收入	542	100%	392	100%	533	100%	38%	2%
營業成本	(390)	(72%)	(294)	(75%)	(389)	(73%)	33%	%
營業毛利淨額	151	28%	96	24%	144	27%	57%	5%
營業費用								
推銷費用	(103)		(92)		(99)		12%	4%
管理費用	(24)		(22)		(28)		9%	(14%)
營業費用小計	(132)	(24%)	(122)	(31%)	(131)	(25%)	8%	1%
營業淨利	19	4%	(25)	(6%)	12	2%	(176%)	58%
營業外收入	8		6		6			
營業外支出	(1)	(%)	2	1%	(4)	(1%)	(150%)	(75%)
營業外收入及支出	7	1%	8	2%	2	%	(13%)	250%
稅前淨利	27	5%	(17)	(4%)	15	3%	(259%)	80%
所得稅費用	1	%	0	%	0	%		#DIV/0!
本期淨利	27	5%	(17)	(4%)	15	3%	(259%)	80%
每股盈餘	0.28		(0.16)		0.14		(275%)	100%
股東權益報酬率/季	1.10%		-0.6%		0.5%			

簡明資產負債表&財務指標

合併資產負債表

(單位：佰萬新台幣)

資產負債摘要	2023.3Q		2023.2Q		2022.3Q	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%
現金及流動資產	689	19%	809	22%	689	17%
應收款項	303	8%	233	6%	279	7%
存貨	210	6%	241	6%	244	6%
固定資產	1,805	49%	1,763	47%	1,788	45%
流動負債	790	21%	659	18%	541	15%
非流動負債	520	14%	554	15%	476	12%
股東權益	2,398	65%	2,548	68%	2,933	74%
總資產	3,708	100%	3,761	100%	3,950	100%
存貨週轉天數	53		69		59	
應收帳款週轉天數	45		69		43	

流動比率	87%	123%	127%
速動比率	56%	80%	75%
負債比率	35%	32%	26%
存貨週轉率	1.73	1.32	1.55
應收帳款週轉率	2.02	1.32	2.12
股東權益報酬率(季)	1.1%	-0.6%	0.5%

主要受減資時程影響

1.減資基準日112/8/9

2.減資股款發放日112/10/18

現金流量表

現金流量(單位：佰萬新台幣)	2023.3Q	2022.3Q	YoY
期初現金及約當現金	68	217	(69%)
營業活動之現金流入(出)	208	92	125%
資本支出	(172)	(335)	(49%)
處分不動產、廠房及設備價款	38	463	(92%)
投資金融資產價款	0	(95)	(100%)
處分金融資產價款	94	274	(66%)
對子公司之收購	0	(154)	(100%)
長短期(償)借款	(14)	(194)	(93%)
償還特別股負債	0	0	-
支付現金股利	(108)	(54)	100%
購入庫藏股	0	0	-
其他	22	(89)	(125%)
期末現金及約當現金	137	125	10%

**另於減資股款發放日112/10/18支付應退股款206百萬元。

轉投資股票 (透過其他綜合損益按公允價值衡量之金融資產)

被投資公司	W/P	股數	總成本	每股成本	112.09.30		持股比例
					每股成交均價	112.09.30 AMT	
藥華醫藥(股)公司	普通股	889,896	12,947,248	14.5492	H003 \ 336.00	299,005,056	0.26%
	108/12私募增資	465,117	40,000,062	86.0000	268.80	125,023,450	0.14%
	109/06私募增資	426,440	40,000,072	93.8000	268.80	114,627,072	0.13%
	111/05私募增資	380,000	95,000,000	250.0000	268.80	102,144,000	0.11%
		2,161,453	187,947,382	86.9542		640,799,578	0.64%

註: 私募增資之發行條件3年內不得自由轉讓

註: 證交所第21屆第21次董事會藥華醫藥申請其已上櫃普通股股票計296,933,746股 (不含私募42,960,145股) 上市案

被投資公司	W/P	股數	總成本	每股成本	112.09.30		持股比例
					每股成交均價	112.09.30 AMT	
育世博-KY	普通股	1,612,900	27,829,944	17.2546	37.89	61,112,781	0.28%
		1,612,900	27,829,944	17.2546		61,112,781	0.28%

04
2024年
經營展望

經營展望

展望 2024 年，由於國際機構預期全球商品貿易成長回溫，且新興科技應用商機持續擴展，可望推升台灣出口及民間投資動能；加上民間消費將溫和成長，政府支出續增加，並考量 2023 年基期較低，2024 年經濟成長率提升為 3.12%(以中央銀行預測)。總體經濟主軸以 AI 智能及 ESG 發展。

宏亞的經營主軸

- 以顧客為中心的產品發展導向，
穩健並持續投資新產品、新產線、
生鮮品類，迎合 Gen Z 與健康概念，
即使經濟前景混沌，消費者的趨勢也不會減少的支出
- ESG/FSSC 加強食品安全風險控管的投資，食安升級取得 FSSC 認證
- 智慧製造 生產場域的數位轉型

今、明年台灣經濟成長率預測值

預測機構	發布日期	2023年GDP(f)	2024年GDP(f)
中央銀行	2023/12/14	1.4	3.12

單位:% 資料來源:中央銀行

謝謝聆聽

THANK YOU

Happy
Happy

Adaptable x Proactive x People Oriental x Yes, I say OK

在地永續 幸福延續。

Q&A

