



# 宏亞食品股份有限公司 2020 年度法說會

2020.11.20

# 免責聲明

- 本簡報財務數字是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。

## What we need to talk about...

- 公司概況
- 營運績效及事業體展望
- 財務報告



# 公司概況

# 宏亞食品簡介



- 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：10.8億 (TWD)
- 員工人數：約709人
- 2019年合併營收18.67億元
- 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。

# 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)



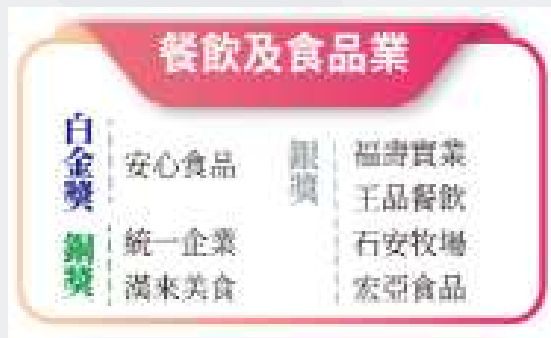
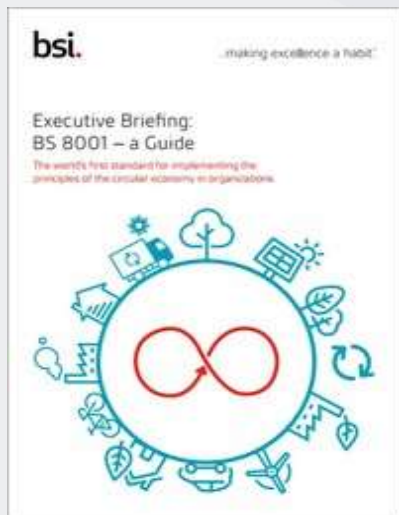
塑造活力 友善職場  
(員工培育照顧)

# 社會企業責任獎及認證

## 2020社會企業責任獎

- 循環經濟BS8001獲4顆星認證
- 2020 TCSA台灣企業永續獎  
-餐飲及食品業-銀獎

- 有 3 條主要生產線通過 Clean Label
- 通過 GMP, ISO14001, ISO22000(HACCP), OHSAS18000



# 2020年食品風味獎

**SUPERIOR  
TASTE AWARD**  
曲奇餅(奶油原味)

**SUPERIOR  
TASTE AWARD**  
雪茄捲(香草)

**SUPERIOR  
TASTE AWARD**  
歐維氏榛果bar

## INTERNATIONAL TASTE INSTITUTE BAKING



- Monde Selection銅獎：乳加QQ球,乳加黑金剛
- iTQI風味絕佳：曲奇餅(2星), 雪茄捲<非籠式蛋>(1星), Always 榛果巧克力(1星)



**MONDE SELECTION  
COHCOLATE**

**Bronze  
Quality Award**  
77 黑金剛花生乳加

**Bronze  
Quality Award**  
乳加QQ





# 營運績效及事業體展望

# 宏亞各事業部營運願景



台灣外銷食品領先者  
以帶動淡季產能目標

- ① 中國流通轉正貿
- ② 佈建新興國家市場
- ③ 代理及ODM平衡品類



RIVON 禮坊

特色在地食材、法式工藝、生活品味、舒適空間、專業服務，讓Rivon成為時尚烘焙禮物店。

- ① 提升喜餅及伴手禮的市佔
- ② 拓展全通路及提升服務體驗
- ③ 日常烘焙零售的業務開拓



Chocolates

以美味、安心帶給消費者滿足的台灣休閒零食體驗

- ① 餅乾、巧克力市場拓展
- ② 新品類市場拓展



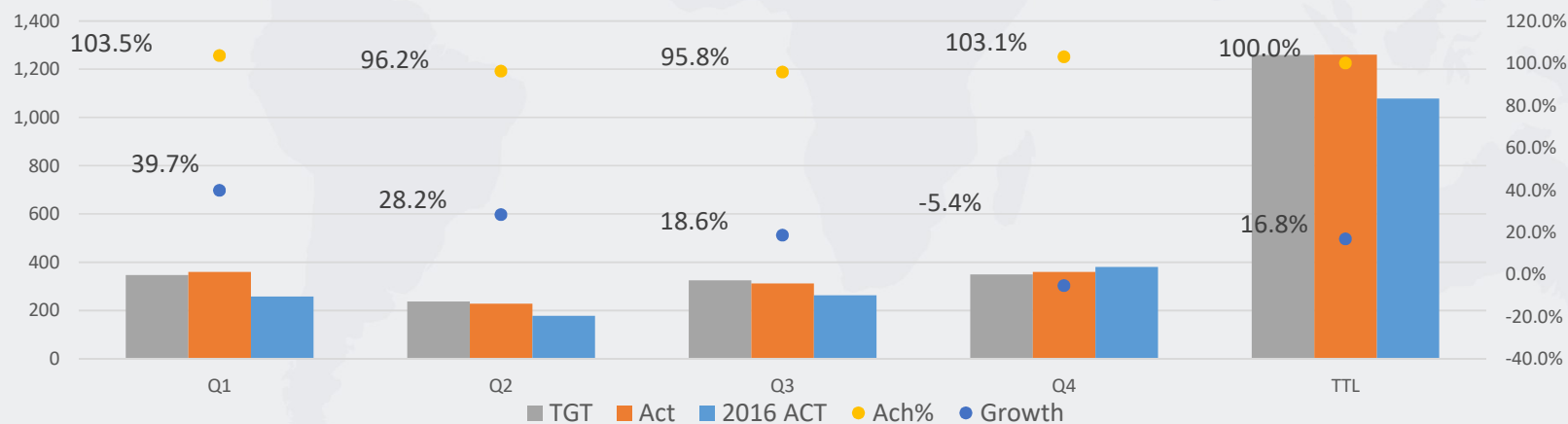
REPUBLIC OF CHOCOLATE

以幸福體驗及食物教育  
營造共創平台

- ① 提供巧克力體驗及知識
- ② 提供最樂趣的食育場域
- ③ 成立食品永續及夢想育成平台

# 77事業

- 77事業主要受益於Q1武肺疫情及Q4巧克力新產品推出
- 受節慶(農曆春節)挪移影響較去年銷售減少7%；若比對相同年份的春節出貨時程109年度則較同期成長17%
- 在防疫期間對採購習性的影響，致連鎖超市及CVS通路的銷售動能增長最多，EC通路雖也有受益但因零食品類特性而微幅成長



# 77 樂創美好滋味-新品分眾經營驅動品牌成長

- 巧克力市占率 +1%. (Resource: 2020 Sept YTD, Nielsen Retail Data). 乳加跟歐維氏均有雙位數成長
- 餅乾在新貴派及本味誠現新品推升下,整體實銷較去年同期成長 +6%.



# 禮坊2.0-創造跨世代的相同感動,凸顯送禮價值

- # 情比石堅\_禮坊全新旗艦店 (*You Are My Happiness*)
- # 最重要的東西是眼睛看不到的\_禮坊法式奶油雪茄捲 (喜餅/伴手禮 產品)
- # 不老派的祝福\_禮坊 X 萬秀洗衣店 (喜餅行銷)
- # 有一種好是一起更好\_禮坊X 吉文考古 (喜餅/伴手禮 藝術家聯名設計)



承襲法式百年經典手藝  
捲捲手工。捲捲心意

法式奶油雪茄捲

丹麥天然頂級奶油、非農甜友精製糖霜區，  
180度高速出爐瞬間，職人手工2秒捲製，最完美的兩面半，  
成就鬆脆細緻口感，入口餘韻香濃不膩。

Butter Cigar

榮獲2020年 TASTE AWARDS 風味最佳大獎

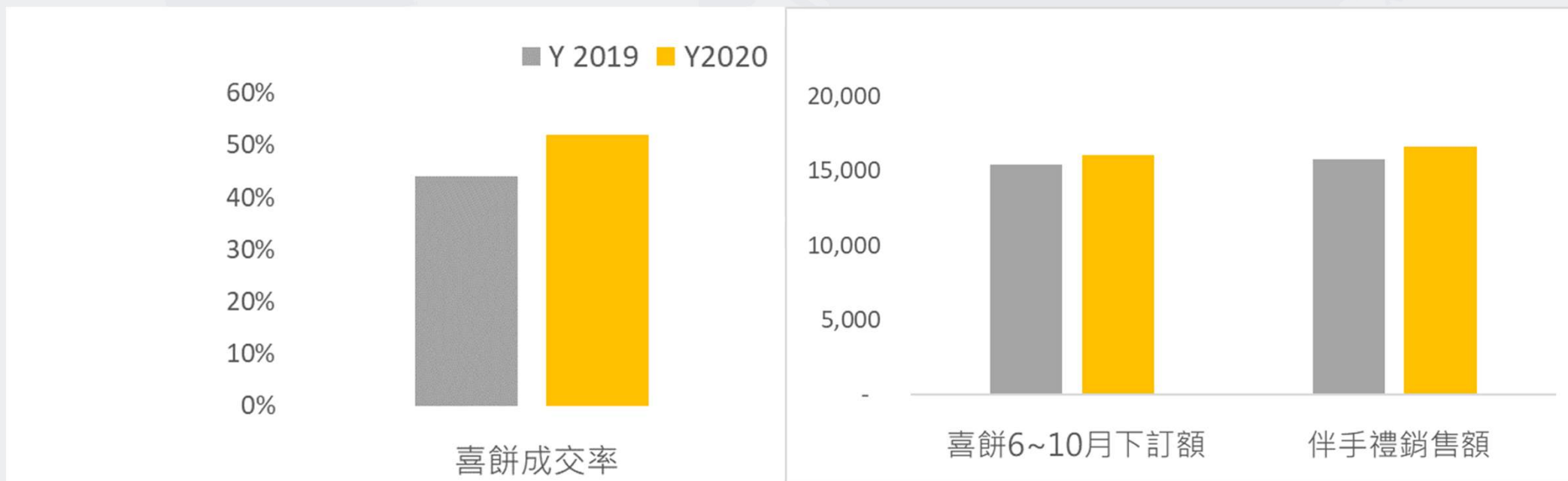
RIVON

台北總經銷電話: 0800-060-515  
營業時間: 週一至週五AM10:00-PM05:30  
禮坊官網: www.rivon.com.tw



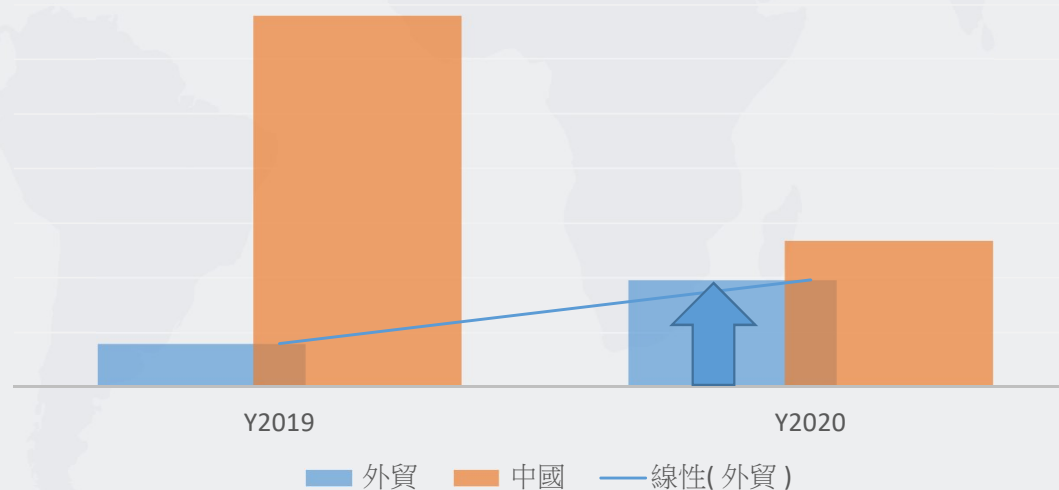
# 隨疫情減緩,禮坊伴手禮銷售較去年微幅成長 喜餅成交率及下訂額均優於2019

- 門市來客自6月起回穩，喜餅市占率及門市伴手禮銷售均較去年成長。



# 疫情影響外銷市場開展

- 中國→自綠色通道轉為正貿經營，但因疫情影響市場開展受阻
- 大陸設立電商部門,精耕電商通路,完成銷售目標
- 其他國家新品如期上架,精耕韓 泰通路,完成銷售目標



# 巧克力共和國

- 疫情衝擊觀光產業
- 巧共為人力服務密集，為迅速因應，改採預約制
- 邊際貢獻來評估各項館內活動效益
- 自七月份reopen以來，經營結果已追平去年同期

## 幸福食育平台

- ✓ 複合食材創新研發
- ✓ 協力夥伴



## Farm to Bar

- ✓ 實驗可可→巧克力之過程
- ✓ 產學合作洽談(ex:農林所)
- ✓ 協力夥伴：宏亞研發單位



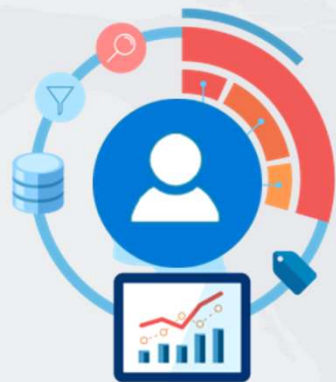
## 共享廚房

- ✓ 合作規則擬訂
- ✓ 盤點環境條件
- ✓ 招商策略規劃





# 數位化策略方針：以客戶為企業價值中心



- 掌握客戶喜好
- 滿足客戶期望

## 客戶洞察

- 最適通路接觸
- 數位化生態系
- 布局跨境商機

## 虛實聯合



- 活化產銷能量
- 完善消費流程
- 零接觸多健康

## 服務躍進

連結宏亞企業  
價值創造客戶  
美好體驗促進  
永續經營關係

## 產品主張

- 產品對焦需求
- 開創競爭優勢



# 數位化進程：活化顧客、增進回購、拓展新機

過往顧客彙整洞察

2020 Q3 虛實聯合回購

發展產品主張開拓新商機

服務躍進顧客體驗全升級



# ESG 具體作法與成果

01

減少添加物

推動 Clean Label  
2019 共3條產線  
10項產品群

02

再生能源成效

節費 \$5.94M(TWD)  
綠能佔全廠26.3%  
減碳(539公噸)

03

導入循環經濟

BS8001獲4星認證  
花生永續計劃  
(花生膜循環)

BS 8001: 2017

A new standard for  
the Circular Economy



04

污染防制投資

熱回收+儲冰+雨水  
回收+太陽能  
\$55M (TWD)

05

碳排減量

和2017年比  
• 2018(-0.03%)  
• 2019(-0.05%)

06

廢棄物減量

廢塑膠混和物較  
2019 vs. 2018  
(-25.08公噸)

07



- 友善職場
- 預防職災
- 強化職安教育
- 及安全稽核

08

- 社會回饋
- 推動食育
- 關懷弱勢
- 企業公益合作

09

當地採購比

原料之當地採購比  
例 達到78.33%

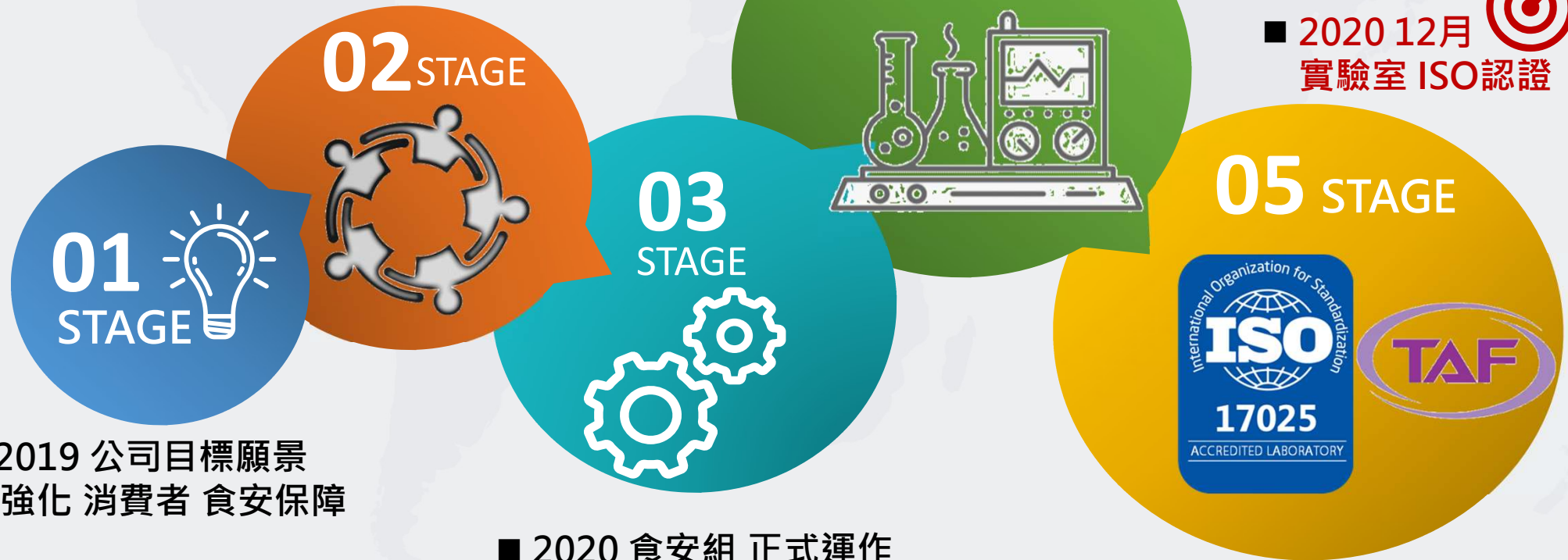


# 食安實驗室認證/ISO 升級

■ 2020 食安組 實驗室設置 完成

■ 2019 食安組 組織設置  
專業分組、權責分工

■ 2020 12月   
實驗室 ISO 認證



■ 2019 公司目標願景  
強化 消費者 食安保障

■ 2020 食安組 正式運作

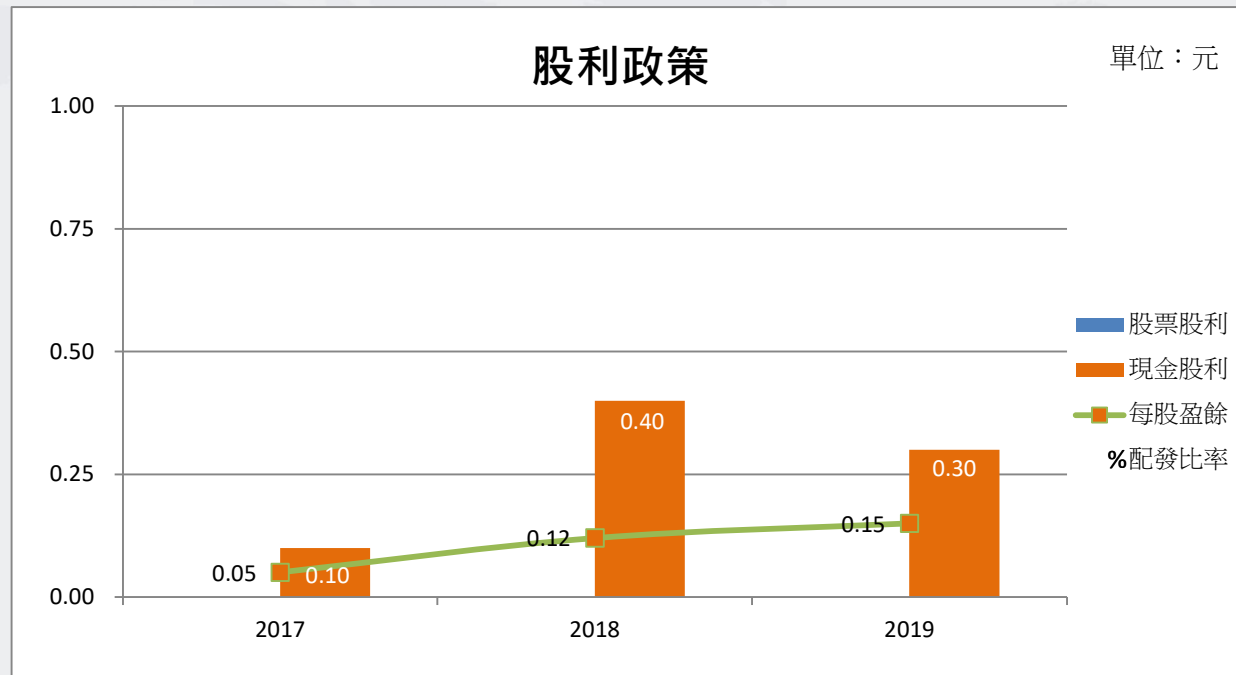


# 財務報告

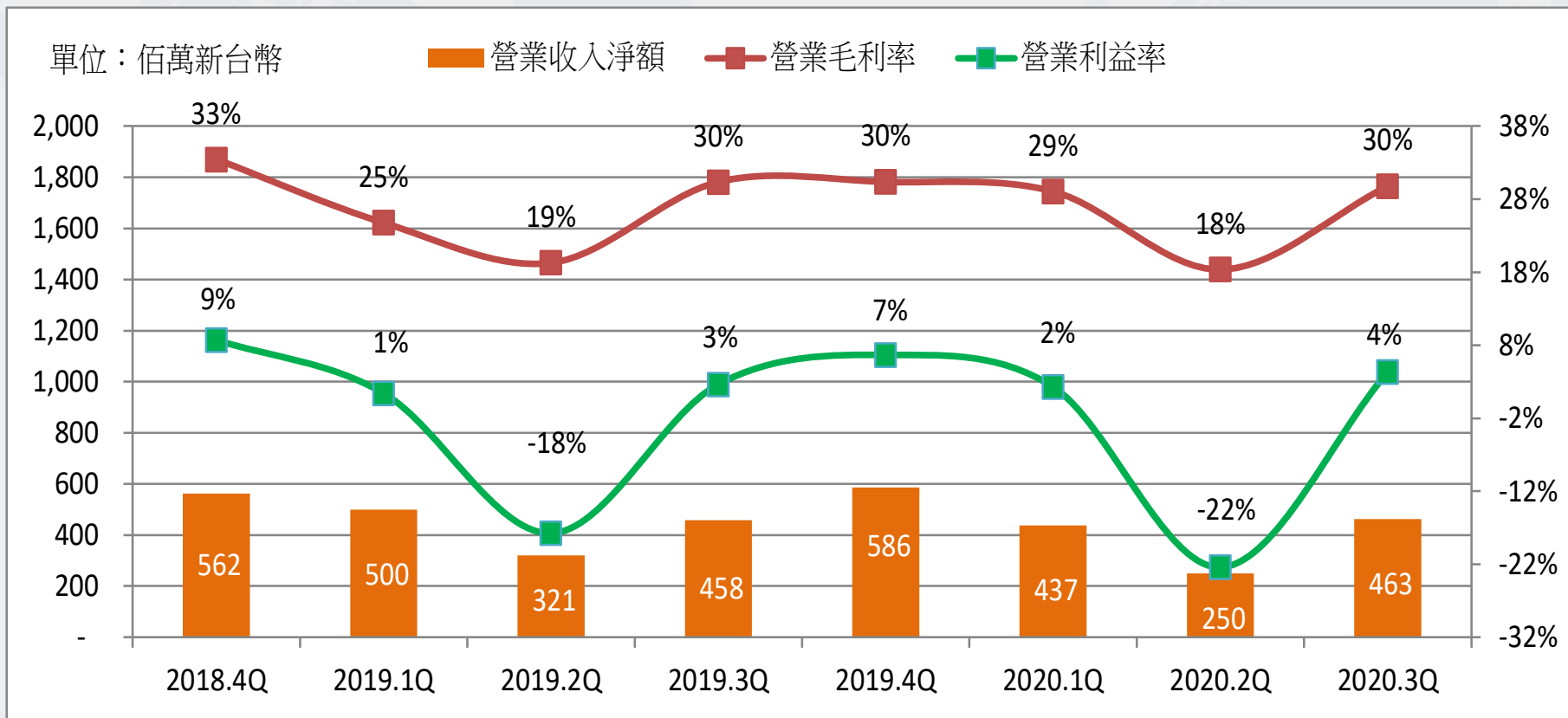
# 財務表現—營收&毛利率



# 財務表現—股利政策



# 合併損益表- Q o Q





# 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)

	2019	%	2018	%	Y o Y
營業收入	1,865	100%	1,973	100%	(5%)
營業成本	(1,362)	(73%)	(1,446)	(73%)	(6%)
營業毛利淨額	503	27%	527	27%	(5%)
營業費用					
推銷費用	(440)		(465)		(5%)
管理費用	(63)		(58)		9%
營業費用小計	(502)	(27%)	(520)	(26%)	(3%)
營業淨利	1	%	7	%	(86%)
營業外收入及支出	17	1%	11	1%	55%
稅前淨利	18	1%	18	1%	%
所得稅費用	(2)	(%)	(5)	(%)	(60%)
本期淨利	16	1%	13	1%	23%
每股盈餘	0.15		0.12		25%
股東權益報酬率	0.90%		0.74%		

# 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)

	2020.3Q	%	2020.2Q	%	2019.3Q	%	Q o Q	Y o Y
營業收入	464	100%	251	100%	458	100%	85%	1%
營業成本	(324)	(70%)	(203)	(81%)	(319)	(70%)	60%	2%
營業毛利淨額	138	30%	46	18%	139	30%	200%	(1%)
營業費用								
推銷費用	(90)		(80)		(98)		13%	(8%)
管理費用	(19)		(22)		(29)		(14%)	(34%)
營業費用小計	(119)	(25%)	(102)	(41%)	(127)	(28%)	17%	(6%)
營業淨利	20	4%	(56)	(22%)	12	3%	(136%)	67%
營業外收入	5		4		4			
營業外支出	(1)	(%)	(1)	(%)	(1)	(%)	%	%
營業外收入及支出	4	1%	3	1%	3	1%	33%	33%
稅前淨利	24	5%	(53)	(21%)	15	3%	(145%)	60%
所得稅費用	0	%	0	%	(3)	(1%)		(100%)
本期淨利	24	5%	(53)	(21%)	11	2%	(145%)	118%
每股盈餘	0.22		(0.49)		0.1		(145%)	120%
股東權益報酬率/季	1.5%		-3.3%		0.7%			

# 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)

	2020.3Q		2020.2Q		2019.3Q	
資產負債摘要	Amount	%	Amount	%	Amount	%
現金及流動資產	668	25%	542	21%	613	24%
應收款項	281	11%	194	8%	328	13%
存貨	226	8%	229	9%	208	8%
固定資產	1,463	55%	1,472	58%	1,534	61%
流動負債	481	18%	392	15%	431	18%
非流動負債	571	21%	537	21%	450	18%
股東權益	1,616	61%	1,630	64%	1,634	65%
總資產	2,668	100%	2,559	100%	2,515	100%
存貨週轉天數	64		95		60	
應收帳款週轉天數	47		105		53	
流動比率	139%		138%		142%	
速動比率	85%		73%		90%	
負債比率	39%		36%		35%	
存貨週轉率	143%		96%		152%	
應收帳款週轉率	195%		86%		171%	

# 現金流量表

現金流量(單位：佰萬新台幣)	2020.3Q	2019.3Q	YoY
期初現金及約當現金	51	40	25%
營業活動之現金流入(出)	144	138	4%
資本支出	(132)	(43)	208%
處分不動產、廠房及設備價款	1	5	(79%)
投資金融資產價款	(80)	(13)	--
處分金融資產價款	34	0	--
長短期(償)借款	150	23	552%
償還特別股負債	0	0	
支付現金股利	(33)	(43)	--
購入庫藏股	0	0	
其他	(33)	(55)	(40%)
期末現金及約當現金	102	53	92%

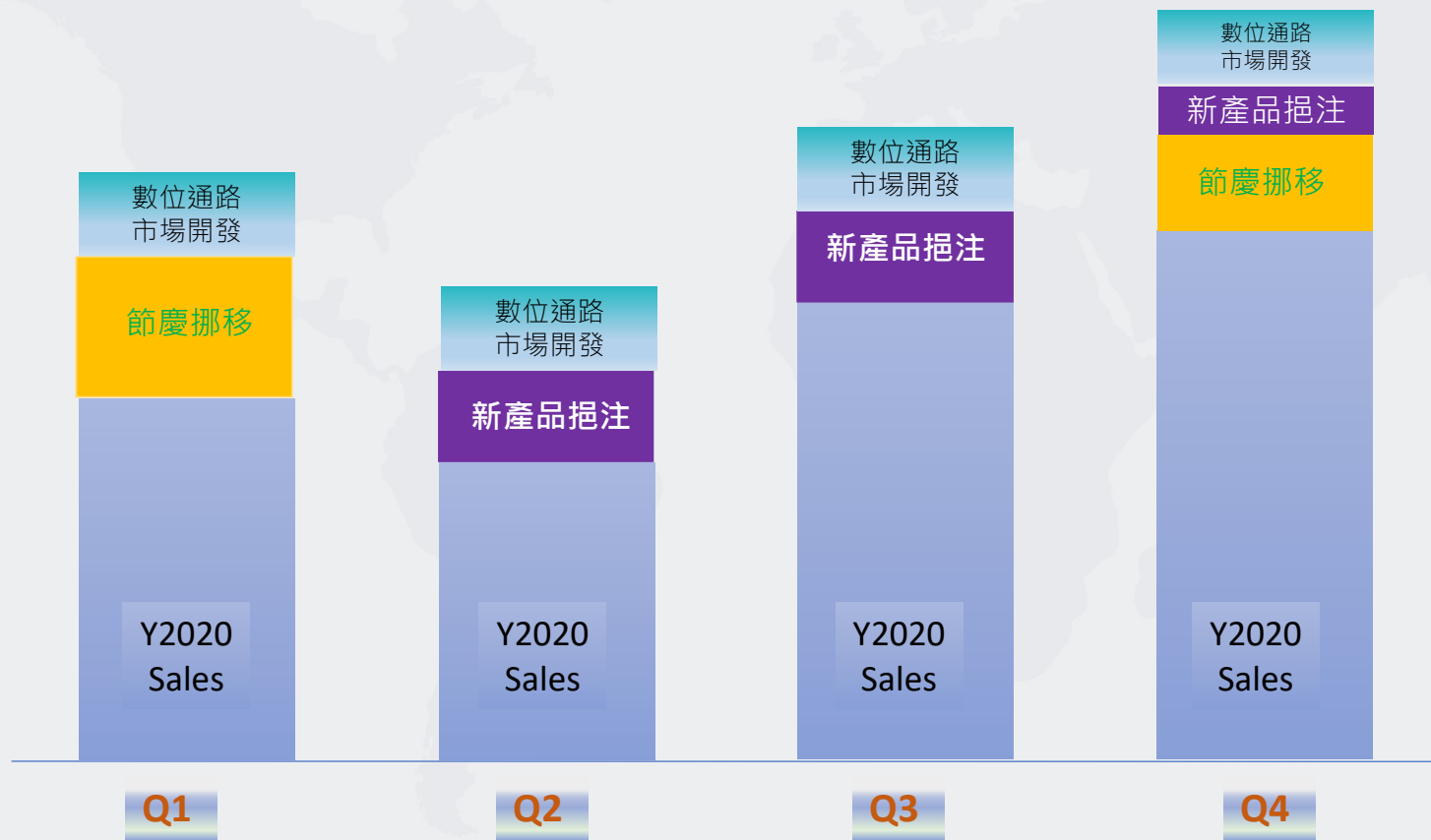
# 經營展望2021

除夕 2/11

清明 4/4

中元 8/22、中秋9/21

除夕 1/31



# 謝謝大家

Adaptable × Proactive × People Oriental × Yes, I say OK.

在地永續 幸福延續。

**Happy**  
Happy