



# 宏亞食品股份有限公司 2019 年度法說會

2019.12.17

# 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
- 財務報告
- 營運績效及事業體展望

# 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787人
- 2018年合併營收19.7億元
- 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)

# 2020~2025 Hunya 事業體策略



## 台灣外銷食品領先者

- ① 2025: \$ 250% ↑
- ② 中國流通轉正貿
- ③ 佈建新興國家市場
- ④ 代理及ODM平衡品類



RIVON 禮坊

## 甜蜜禮物專家

- ① 2025: \$ 150% ↑
- ② 提升喜餅及伴手禮的市佔
- ③ 拓展全通路及提升服務體驗
- ④ 日常烘焙零售的業務開拓



Chocolates

## 台灣美味零食領導者

- ① 2025: \$ 160% ↑
- ② 餅乾、巧克力市場拓展
- ③ 多品類市場拓展



REPUBLIC OF CHOCOLATE

## 幸福食育傳播者

- ① 2025: \$ 150% ↑
- ② 提供巧克力體驗及知識
- ③ 提供最樂趣的食育場域
- ④ 成立食品永續及夢想育成平台

# 77餅乾維持雙位數成長; 巧克力新品不斷提升消費者普及率

- 優質少添加餅乾產品符合消費對“健康”零食的需求, 77 餅乾系列持續透過新品及廣宣活動創造實銷雙位數成長(+12.9% vs.市場 +3.7%- Resource: Nielsen Retail Audit, Sept MAT 2019)。
- 透過產品升級、跨品類聯名及季節限定商品, 讓乳加成為消費者觸及數成長最快速品牌之一(Kantar survey: Consumer Research Points: +24%)。
- 全新 巧克力季新品不僅使用創新原料, 更結合流行元素提高產品價值:  
77 紅寶石薄片巧克力、濃乳加、黑金剛乳加、及乳加黑糖QQ可可球消費者反應熱烈創銷售佳績。



# 禮坊，優化產品服務擴大消費群

- 全新推出禮坊品牌心鳥圖騰經典伴手禮系列: 以法式奶油雪茄捲為首, 呈現一系列精緻法式點心、蛋糕, 讓消費者送出禮坊伴手禮的體面美好。同時佈建網路購買平台。
- 擴大大型門市伴手禮陳列及體驗, 建立輕鬆選禮氛圍, 增加來客提袋率並累積禮坊不只是喜餅的品牌形像。高雄旗艦店於2020年1月開幕, 其他門市調整陸續於2020完成
- 高端喜餅新增客製化組合, 滿足年輕族群需求。





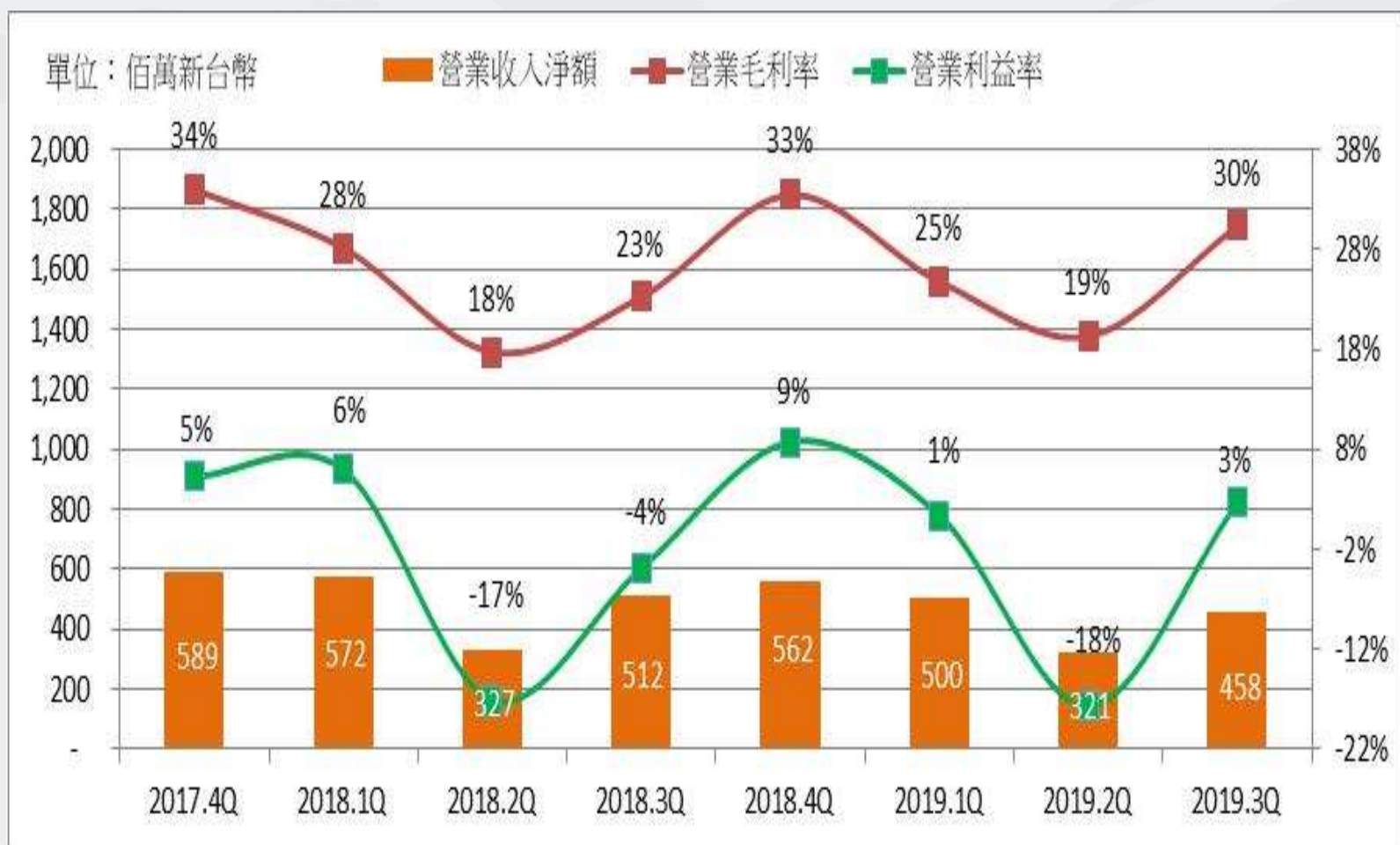
# 財務表現—營收&毛利率



# 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)

	2018	%	2017	%	Y o Y
營業收入	1,973	100%	1,879	100%	5%
營業成本	(1,446)	(73%)	(1,376)	(73%)	5%
營業毛利淨額	527	27%	503	27%	5%
營業費用					
推銷費用	(465)		(456)		2%
管理費用	(55)		(47)		17%
營業費用小計	(520)	(26%)	(503)	(27%)	3%
營業淨利	7	%	0	%	
營業外收入及支出	11	1%	9	%	22%
稅前淨利	18	1%	9	%	100%
所得稅費用	(5)	(%)	(4)	(%)	25%
本期淨利	13	1%	5	%	160%
每股盈餘	0.12		0.05		140%
股東權益報酬率	0.74%		0.28%		

# 合併損益表- Q o Q

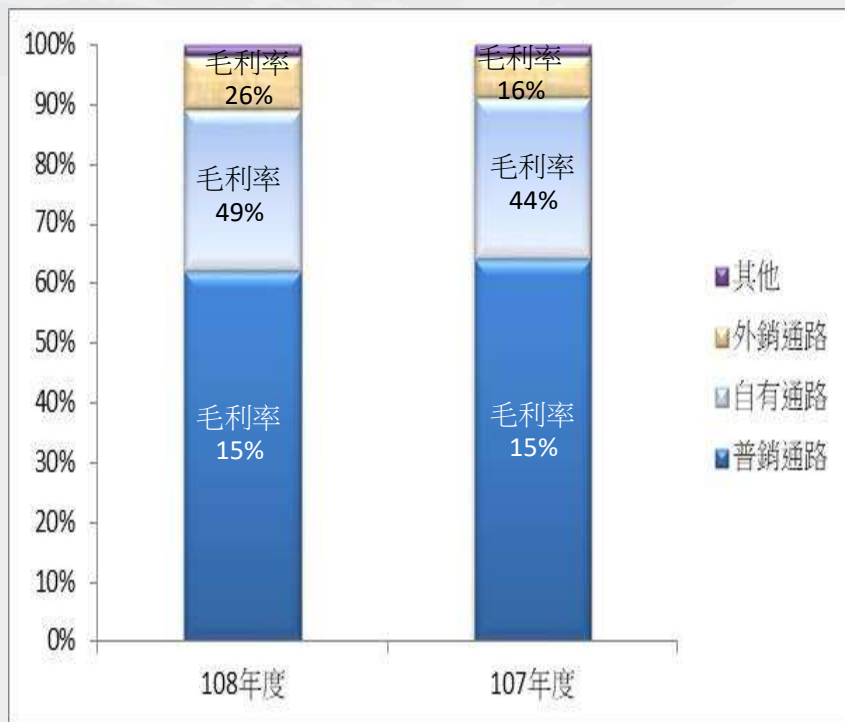
## 合併損益表

(單位：佰萬新台幣；除每股盈餘為新台幣元) 2019.3Q % 2019.2Q % 2018.3Q % Q o Q Y o Y

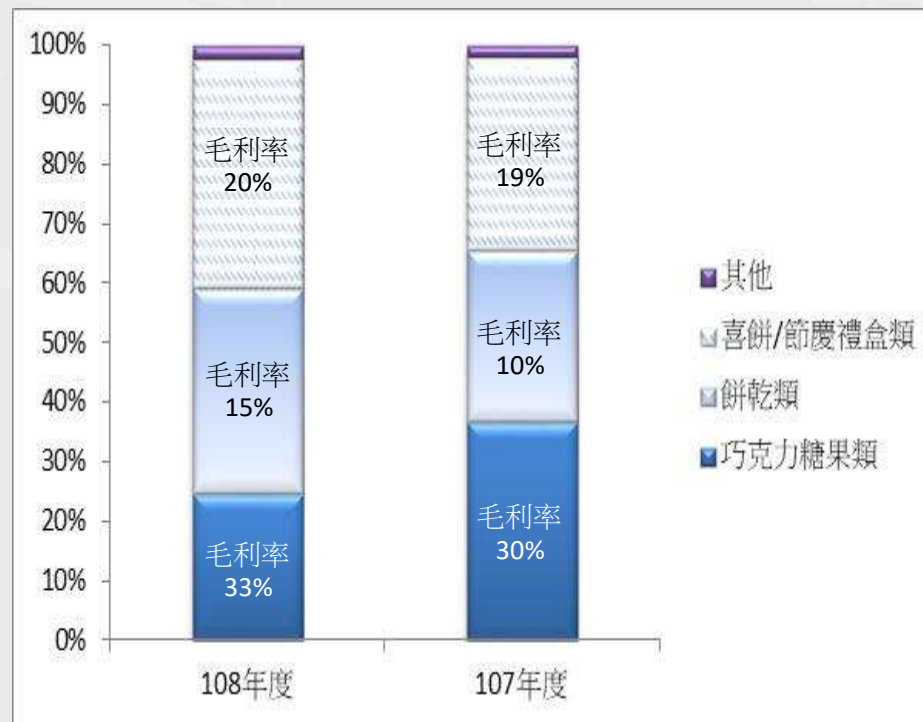
營業收入	459	100%	322	100%	512	100%	43%	(10%)
營業成本	(319)	(69%)	(258)	(80%)	(393)	(77%)	24%	(19%)
營業毛利淨額	139	31%	62	19%	119	23%	124%	17%
營業費用								
推銷費用	(98)		(106)		(122)		(8%)	(20%)
管理費用	(29)		(14)		(18)		107%	61%
營業費用小計	(127)	(27%)	(120)	(37%)	(139)	(27%)	6%	(9%)
營業淨利	12	3%	(57)	(18%)	(20)	(4%)	(121%)	(160%)
營業外收入	4		4		4			
營業外支出	(1)	(%)	2	1%	(1)	(%)	(150%)	%
營業外收入及支出	3	1%	6	2%	3	1%	(50%)	%
稅前淨利	15	3%	(51)	(16%)	(18)	(4%)	(129%)	(183%)
所得稅費用	(3)	(1%)	(1)	(%)	(1)	(%)	200%	200%
本期淨利	11	2%	(52)	(16%)	(19)	(4%)	(121%)	(158%)
每股盈餘	0.10		(0.48)		-0.17		(121%)	(159%)
股東權益報酬率/季	0.7%		-3.0%		-1.0%			

# 產品與通路組合改善獲利

通路佔比



產品佔比



# 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	2019.3Q		2019.2Q		2018.3Q	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%
現金及流動資產	53	2%	62	3%	49	2%
應收款項	328	13%	208	8%	310	12%
存貨	208	8%	211	9%	194	7%
固定資產	1,534	61%	1,559	63%	1,619	61%
流動負債	431	17%	361	15%	376	15%
非流動負債	450	18%	460	19%	487	18%
股東權益	1,634	65%	1,640	67%	1,797	68%
總資產	2,515	100%	2,461	100%	2,660	100%
存貨週轉天數	60		71		54	
應收帳款週轉天數	53		79		46	

流動比率	142%	143%	155%
速動比率	90%	77%	98%
負債比率	35%	33%	32%
存貨週轉率	1.52	1.27	1.68
應收帳款週轉率	1.71	1.16	1.96

# 現金流量表

現金流量(單位：佰萬新台幣)	<u>2019.3Q</u>	<u>2018.3Q</u>	YoY
期初現金及約當現金	405	798	(49%)
營業活動之現金流入(出)	1,381	1,724	(20%)
資本支出	(92)	(99)	(7%)
處分不動產、廠房及設備價款	51	18	185%
處分金融資產價款	(127)	640	--
長短期(償)借款	(169)	(1,980)	(91%)
償還特別股負債	0	0	
支付現金股利	(433)	(108)	--
購入庫藏股	0	0	
其他	(483)	(500)	(3%)
期末現金及約當現金	<u>532</u>	<u>492</u>	8%



# 2019~2020 智慧化管理



競爭力



效率



成本



2020年~

- 以BCS or RFID 手段 進行批次管理 (追蹤追溯)
- 保存期、期限管理
- 品質檢驗管理 (FQC、庫存抽驗)
- 即時庫存 (半品、次品、良品)

2019年~

- 客戶/通路獲利分析
- 採購/MRP產銷協調
- 資訊即時同步

2020年~

- 確切掌握生產狀況，提高交貨準確度
- 理順廠內配送物流，供、產、銷配合
- 正確掌握在製品數量，及不良品追蹤，降低成本
- 以BCS or RFID 手段追蹤產品序號，收集製程履歷
- 及時反應品質問題，提高產品品質
- 減少人工統計、手工報表，提高現場管理人員生產力
- 掌握工具、設備等使用狀況，製造資源有效運用

2020年~

- AGV 載具管理
- 勞力、非技術性人力 降低

# 2020~2025宏亞:食品製造的Total Solution



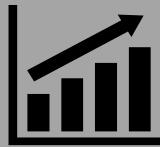
品牌力



CSR



產品



競爭力



產品



效率



成本

# 傳承清新豐饒未來



品牌力



CSR

## 熱回收系統

熱回收系統 建置, 利用設備產生之廢熱加熱製程中需求熱水

## 綠能

- 2018/9 第一階段設置完成 開始發電
- 2020/3 第二階段開始設置

## 次級品活化

- 福利社 銷售
- 拯救食物週, 活動商品所得捐助
- 偏鄉、社福單位 無償捐助
- 社區內 小學



## 宏亞綠色循環系統

2020 目標 (生化)



## 廢品再利用

- 飼料
- 肥料

## 廢塑膠再生

- 裂解為 油、氣
- 回收塑料粒



# 食安實驗室認證/ISO 升級



品牌力



CSR

**CETF  
LAB**

- 19YR 食安組 設立
- 20YR 食安組 運作

實驗室認證

實驗室升級 同時益於食品技術研發能力



**FSSC  
CERF.**

- ISO 22000 Upgrade

ISO 升級

**FSSC 22000**

**Food Safety System  
Certification 22000**

# 2019~2025 智慧生產

INDUSTRY 1.0



INDUSTRY 2.0



INDUSTRY 2.5



INDUSTRY 3.0



INDUSTRY 3.5



INDUSTRY 4.0



Y2019

機械取代人力  
■ 包裝  
■ 搬運

Y2019

大量製造  
■ PROD Line

Y2020

標準化作業  
■ LEAN  
■ SOP

Y2020

■ 彈性製造  
■ 自動化生產  
■ 智慧製造

Y2021

自動化生產  
■ 感測器  
■ 系統化

Y2025

智慧生產  
■ 供應鏈  
■ 數位決策

# 謝謝大家

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

在地永續 幸福延續。

**Happy**  
Happy