

宏亞食品 2017年度法說會

2017.12.5

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。

公司簡介

- ◎ 設立日期：1976年6月14日
- ◎ 公司上市日期：2001年
- ◎ 資本額：新台幣10億8仟萬元
- ◎ 員工人數：約850人
- ◎ 2016年合併營收21.2億元
- ◎ 主要產品：巧克力、餅乾、
喜餅/月餅烘焙、巧克力博物館

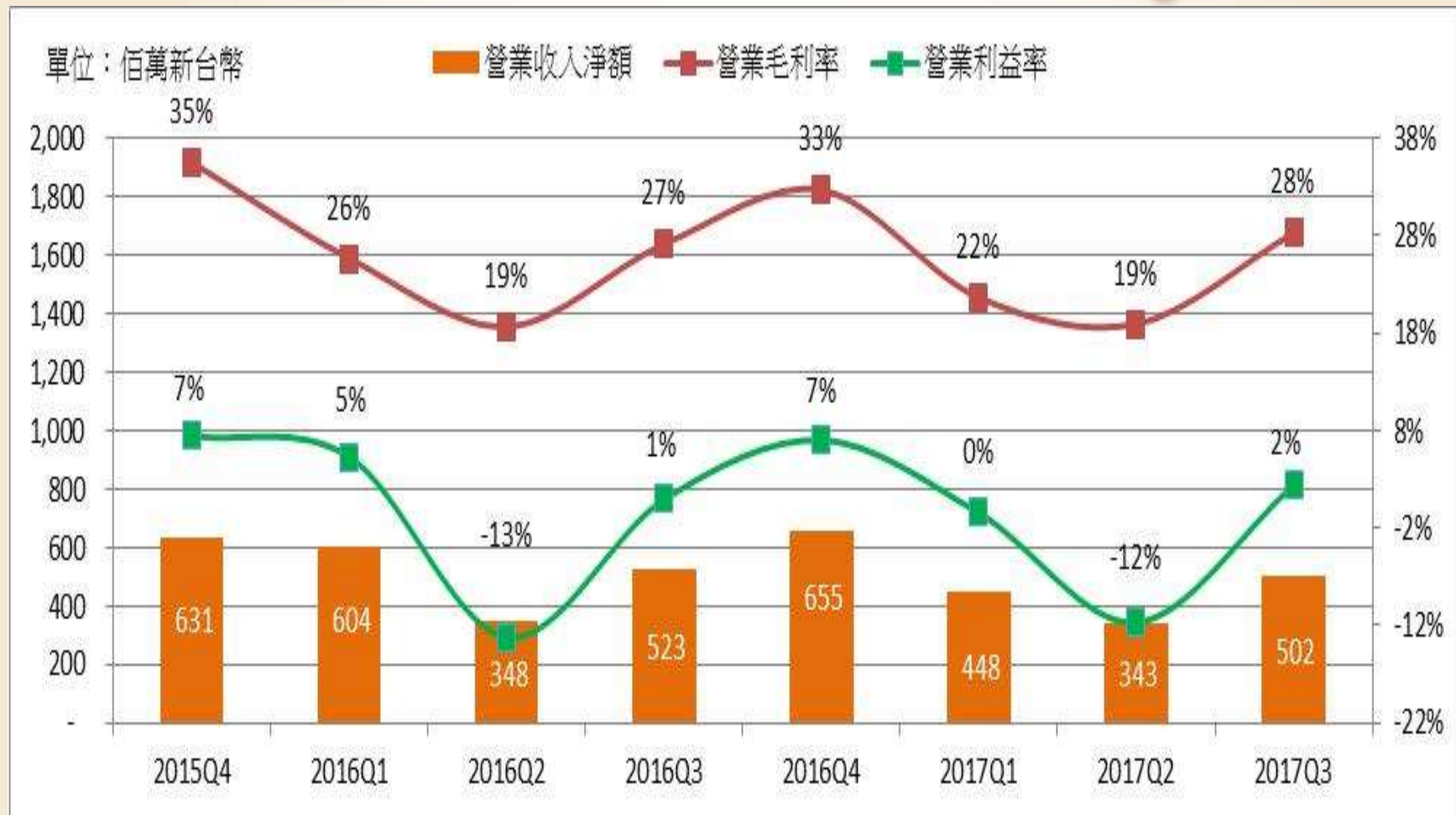
財務表現—營收&毛利率



財務表現—股利政策



本季摘要重點



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)

	2017Q3	%	2017Q2	%	2016Q3	%	Q o Q	Y o Y
營業收入	500	100%	342	100%	523	100%	46%	(4%)
營業成本	(359)	(72%)	(278)	(81%)	(381)	(73%)	29%	(6%)
營業毛利淨額	141	28%	64	19%	142	27%	120%	(1%)
營業費用								
推銷費用	(114)		(87)		(121)		31%	(6%)
管理費用	(15)		(17)		(16)		(12%)	(6%)
營業費用小計	(130)	(26%)	(104)	(30%)	(137)	(26%)	25%	(5%)
營業淨利	12	2%	(40)	(12%)	5	1%	(130%)	140%
營業外收入	4		4		15			
營業外支出	(2)	(%)	(2)	(1%)	(2)	(%)	%	%
營業外收入及支出	2	%	2	1%	13	3%	%	(85%)
稅前淨利	14	3%	(37)	(11%)	18	3%	(138%)	(22%)
所得稅費用	0	%	4	1%	(1)	(%)	(100%)	(100%)
本期淨利	14	3%	(33)	(10%)	16	3%	(142%)	(13%)
每股盈餘	0.13		(0.31)		0.15		(142%)	(13%)
股東權益報酬率/季	0.8%		-1.9%		0.9%			

合併損益表-Y o Y

合併損益表

(單位：百萬新台幣；除每股盈餘為新台幣元)

	<u>2016</u>	%	<u>2015</u>	%	Y o Y
營業收入	2,130	100%	2,317	100%	(8%)
營業成本	(1,552)	(73%)	(1,643)	(71%)	(6%)
營業毛利淨額	578	27%	674	29%	(14%)
營業費用					
推銷費用	(478)		(502)		(5%)
管理費用	(62)		(66)		(6%)
營業費用小計	(540)	(25%)	(567)	(24%)	(5%)
營業淨利	37	2%	107	5%	(65%)
營業外收入及支出	52	2%	13	1%	300%
稅前淨利	88	4%	121	5%	(27%)
所得稅費用	(13)	(1%)	(19)	(1%)	(32%)
本期淨利	75	4%	102	4%	(26%)

每股盈餘	0.69		0.94		(27%)
------	------	--	------	--	-------

股東權益報酬率	3.97%		5.38%		
---------	-------	--	-------	--	--

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	2017Q3		2017Q2		2016Q3	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%
現金及流動資產	94	3%	98	4%	138	4%
應收款項	322	11%	156	6%	320	10%
存貨	249	9%	239	9%	210	7%
固定資產	1,739	60%	1,771	64%	1,876	59%
流動負債	383	13%	386	14%	638	21%
非流動負債	770	27%	636	23%	652	21%
股東權益	1,738	60%	1,728	63%	1,867	59%
總資產	2,891	100%	2,750	100%	3,157	100%
存貨週轉天數	61		76		49	
應收帳款週轉天數	43		56		43	
流動比率	186%		138%		113%	
速動比率	113%		68%		73%	

現金流量表

現金流量(單位：佰萬新台幣)	<u>2017Q3</u>	<u>2016Q3</u>	YoY
期初現金及約當現金	10,158	20,365	(50%)
營運活動之現金流入(出)	524	9,662	(95%)
資本支出	(1,320)	(6,177)	(79%)
長短期(償)借款	88	(10,114)	(101%)
其他	(56)	109	(151%)
期末現金及約當現金	<u>9,394</u>	<u>13,845</u>	(32%)

宏亞~40年巧克力/喜餅專家

- 宏亞食品股份有限公司創立於民國65年(1976)，並成立『77』、『禮坊』兩大品牌，此後更不斷從傳統中求創新。
- 2012年延續對巧克力的堅持，因此成立東南亞第一座的巧克力博物館。
- 2015年上市本味誠現，推出“無添加”與“優質用料的美味”的餅乾系列。始終稟持著「誠信、創新、品質、服務」的精神，為消費者的生活開啟更多愉悅的好氣氛



公司沿革



1976 公司創立於台北縣永和市，並設廠桃園八德市，開始產銷七七巧克力系列產品。

1981 完成全台灣經銷點佈署

1990 總公司遷入新店現址

1993 八德新廠落成，廠房面積9200坪(3萬m²)，總投資金額10億元，使公司之產能及品質邁入新紀元。

1997 通過ISO 9001驗證，榮獲節約能源績優廠商獎

1998 股票掛牌上櫃，通過ISO 14001驗證及優良商店榮獲經濟部頒發節約能源優等獎及節約用水工作績效卓著廠商

2001 上櫃轉上市

2005 通過HACCP驗證

2007 通過ISO 22000食品安全管理系統驗證

2010 通過OHSAS 18001 職業安全衛生管理系統

2012 巧克力共和國開幕

2015 桃園八德廠擴建完成，全區面積18000坪。



77事業

- 宏亞旗下的七七事業體，擁有多款經典巧克力、零食品牌，伴隨不少人長大，是大家共同的成長美好回憶，已深植消費者的生活中。

主要品牌有：七七乳加、新貴派、蜜蘭諾、歐維氏、大波露、巧菲斯...等知名品牌。



禮坊事業



- ◎ 堅持使用好原料，提供安全、健康及高品質禮品。而獨具創意巧思的時尚禮盒設計，不僅讓消費大眾驚豔，形成一股新風潮。
- ◎ 禮坊力求創新及進步，持續掌握市場趨勢，不斷提供超越顧客期待的各式禮品，未來更將以現代設計的時尚風格，傳達獨特、專屬於禮坊的質感品味，從商品及包裝設計、門市的佈置陳列，加上門市人員秉持一貫專業、親切、實在的禮品諮詢服務，期待賦予禮品新的意涵，創造挑選禮品的全新體驗。



巧克力共和國~巧克力夢想家



巧克力共和國成立於2012年，希望透過寓教於樂的方式，讓參訪者能感受到我們對巧克力的夢想與熱情，可以留下對巧克力的全新體驗：

- 是東南亞第一座巧克力博物館,並榮獲經濟部優良觀光工廠評選，並兩度獲頒國際亮點觀光工廠。
- 近兩年拜訪人次約20萬人, 95%是國內旅客, 其中70%為家庭旅客。
- 館內有巧克力 DIY課程，導覽巧克力的知識, 及手製巧克力販售。



產品介紹

◆本公司產品總計15大類，上百種商品：

(1)乳加產品：三條自動化生產線

· 乳加巧克力(原味、草莓、抹茶、芒果..) · 兔尾鬆糖 · 牛軋糖...等



(2)糖衣巧克力：

· 杏仁、葡萄球、乳酸球、哈哈球、米果巧克力...等



(3)調溫巧克力：一條自動化生產線

· 手製巧克力、核香脆果巧克力、黑巧克力...等



產品介紹

(4)蛋糕產品：

- 冷藏蛋糕、常溫蛋糕...等



(5)片狀巧克力：兩條自動化生產線

- 大波露巧克力、雙色脆果巧克力、心型巧克力、...等



(6)蘭德佳產品(薄片)：

- 奶油、蘋果、杏仁、香煙卷奶油...等



產品介紹

(7) Wafer產品：四條自動化生產線

- 花生新貴派、乳酸派、草莓煉乳新貴派、巧菲斯、歐維氏、新貴派起酥、Always Bar巧克力、雙餡威化、夾心酥...等



(8) 起酥產品：兩條自動化生產線

- 蜜蘭諾鬆塔、杏仁鬆塔、醇黑鬆塔、楓糖葡萄鬆塔...等



產品介紹

(9)西餅線產品：一條自動化生產線

· 普蘭三明治、楓葉派塔、杏巧甜甜圈...等



· 40餘種產品，組合各式禮坊訂婚禮盒



產品介紹

(10)中式喜餅：一條自動化生產線

· 大餅類：芝麻蛋黃、相思麻糬、漢宮御點...等



(11)中秋月餅：兩條自動化生產線

· 栗子燕窩雪耳、紫山藥黑豆、核桃棗泥、鹽之花XO醬、香草豬綠豆、烏豆沙蛋黃酥、醇沙乳香酥、奶黃松露酥、黃金鴛鴦酥....等，每年均有新口味



產品介紹

(12)冰淇淋生產線：

- 冰淇淋泡芙，有五種口味
- 杯裝冰淇淋，有六種口味



(13)餅乾生產線：

- 乳酥餅、牛奶餅、黑巧酥



(14)Cluster生產線

- 穀麥巧克力、西非脆可可



(15)Infusion浸潤產品生產線

- 草莓、甜玉米、鳳梨...等各種乾燥水果



市場經營挑戰

- ◎ 台灣人口結構改變
(高齡化、新移民人口、少子化...)
- ◎ 送禮文化淡薄
- ◎ 喜新厭舊
- ◎ 市場維持度不易
新產品行銷投資金額高，著床成功率低



全面優化營運模式

- 電商開拓
- 通路佈局
- 區域精耕



- 產品升級
- 產品延伸
- 品牌加值及體驗
- 攸關性需求的創新

- 食品履歷
- 品質嚴控及認證
- 數據管理及製程精進
- 工業4.0

食品類消費趨勢:

安心、健康、小確幸, 不是便宜就好

小確幸

包裝/口味豐富/品牌價值、體驗

健康

無糖/減甜、天然原料/真食材



安全

重視原料、產地、產品標示(Clean Label)



新升級版大人味乳加

拓展新客層, 提升品牌價值

乳加

經典系列-12元



大人味系列-20元



新貴派搶攻高價威化餅

訴求「無香料的真食內餡香氣」

吃出真實香氣



新貴派 小格酥



小口品嚐的獨享格子酥

新貴派 大格酥



大口滿足的同樂格子酥

蜜蘭諾~皇家系列頂級享受 訴求「100%天然奶油」

- 層層分明更鬆脆
- 香氣層疊更豐厚~



本味誠現 誠現餅乾優質用料的美味

用 - 最優質的用料
專 - 最對的工法製作



- ✓ 0% 香料
- ✓ 0% 色素
- ✓ 0% 防腐劑
- ✓ 100% 餅乾本味





「真」食材入餡

視、味覺雙重饗宴

禮坊“真”食入口，經典+創意中秋月餅：



奶黃松露酥
頂級黑松露醬配上
法國頂級鮮奶油



醇沙乳香酥
純粹無添加，白
豆沙、綠豆沙、
荷蘭菲仕蘭奶油



私房巧克力月餅
巧克力風味豆沙
+ 台灣在地釀酒
食材入餡



老行家廣式
添加老行家優質燕
窩，包覆整顆蜜栗
子，食感豐盛

立足台灣、精耕中國、放眼全球

經營策略	策略布局	執行計劃
精耕大陸市場	增加經銷商 CVS 超市 量販 電商 休閒進口通 路拓展及掌握	正式投入銷售團隊及行銷資 源
乳加產品上市	全球市場布局	大陸 韓國 香港 菲律賓 美國 產品上架主力通路
現有產品經營	大陸市場精耕	1.增加沿海市場代理商布建 2.銷售團隊投入掌握實體通 路,持續增加電商經營效益
持續現有外銷市 場經營		1.精耕大陸 韓國 香港 菲律 賓等主力市場 2.持續增加美東 美西 加拿大 越南市場銷量

企業創新與轉型

1. 人力密集→機械化→自動化→工業4.0

- * 食品製造業受限於節慶及氣候，需求差異極大，人力運用已是營運重大課題及影響成本關鍵因素。
- * 以往資金密集投資設備必須更進化到自動化生產，以降低人力的運用。

2. 傳統工廠→觀光工廠→巧克力夢想家

- * 以「誠信、創新、品質、服務」的經營理念，從巧克力產業，跨足觀光服務產業，延續巧克力的精神與故事，成立亞洲第一座巧克力博物館—巧克力共和國」。未來以文創產業增值經營品牌，成為培育未來知識、樂趣、夢想的孵化基地。



經營展望2018

