

宏亞食品股份有限公司 2022 年度法說會

2022.12.28

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 2023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：10.8億 (TWD)

員工人數：約725人

2022年合併營收17.55億元

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)



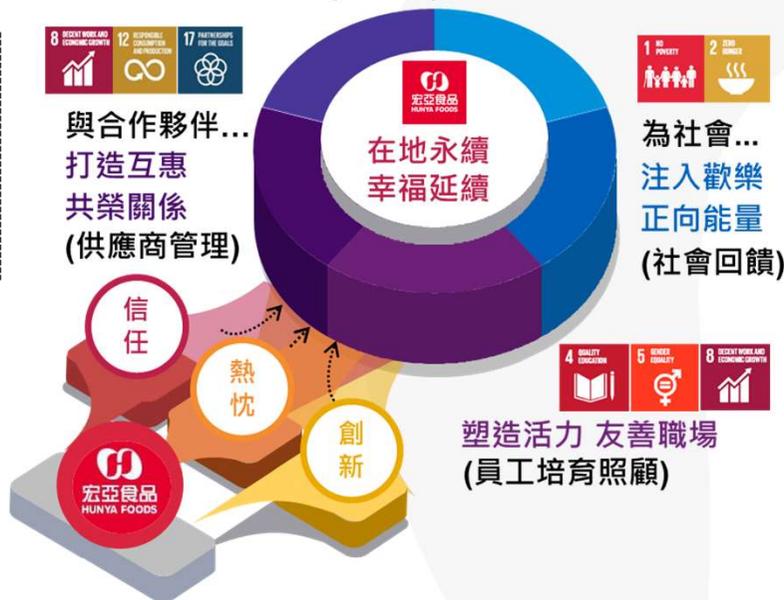
讓下一代...
傳承清新
豐饒未來 (環境面)



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)



塑造活力 友善職場
(員工培育照顧)

ESG 具體作法與成果

<p>01</p> <p>減少添加物</p> <p>推動 Clean Label 2021 共 3 條產線 16項產品群</p>	<p>02</p> <p>廢棄物減量</p> <p>塑膠減量 2021 vs. 2020 (-59.6公噸)</p>	<p>03</p> <p>碳排減量</p> <p>和2020年比較 2021(-8.13%)</p>
<p>04</p> <p>污染防制投資</p> <p>投資金額 590萬</p>	<p>05</p> <p>導入循環經濟</p> <p>2021年推出永愛鳳梨酥產品</p>	<p>06</p> <p>再生能源成效</p> <p>提升再生能源發電成效 綠能發電佔全廠26.3%</p>
<p>07</p> <p>友善職場</p> <p>預防職災 總和傷害指數: 1.41</p>	<p>08</p> <p>社會回饋</p> <p>關懷弱勢 2,295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88%(以新台幣計)</p>



永續獎項



台灣食品業唯一得獎

餐飲及食品業	
◆第一類◆	◆第二類◆
【金級】 福壽實業	【白金級】 安心食品
【銀級】 統一企業	【金級】 宏亞食品 石安牧場
【銅級】 王品餐飲 黑松公司	【銀級】 舊振南
	【銅級】 漢來美食



研發及產品成果

2022 FOOD AWARD & CERTIFICATION



	2020	2021	2022
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	na		
歐維氏榛果bar	★		

SUPERIOR TASTE CERTIFICATION

GLOBAL AWARD

ITQI Global 甜味小吃、餅乾棒、餅乾、巧克力、糖果點心類

- Global 共 319 顆星
- TAIWAN 共 87 顆星
- HUNYA 共 6 顆星 (佔 TW 7% / Global 1.9%)



2022 FOOD AWARD & CERTIFICATION



MONDE SELECTION®
International Quality Institute Since 1961



2022 FOOD AWARD & CERTIFICATION



Formosa Oolong-tea chocolate ball
福爾摩沙 烏龍茶巧克力球
ICA [金牌]



ASIA-PACIFIC



Presented to

Hunya

for

Formosa Oolong Tea Chocolate ball

which received a

GOLD

in the category of

Other fillings with milk chocolate

Maria Rita *Maria Rita* *Maria Rita*



管理成果

宏亞品質系統及產品國際認證



BS 8001: 2017
A new standard for
the Circular Economy



fitwel 健康暨友善職場國際認證



Fitwel是全球領先的健康建築認證，

致力於改善人、員工、建築和社區的健康與永續

以總積分給予1~3星的綠建築認證，

此認證標準由前紐約市長彭博所設立的主動設計中心

(Center for Active Design) 負責運營，

且與國際權威性第三方公正單位UL合作發展國際市場，

非但具有國際公信力，且已納入美國政府採購準則。

智慧製造的發展

• Stage-I AI落地實證-乳加 A-Line 生產線數位化+AI Light 效益彙整

Cat.	TYPE	Stage-I 數位化+AI Light 導入前 [BEFORE]	Stage-I 數位化+AI Light 導入前 [AFTER]	KPI CHK
顯性效益_1	有效工時 (min)	270	338.18 [16% UP]	✓
顯性效益_2	每班產能	350/Min	380/Min [8.5% UP]	✓
顯性效益_3	製程餘料 (KG)	14.3	7.9 [45% DOWN]	✓
顯性效益_4	Cost \$NT / Month	x	\$20-25 萬 DOWN	✓
隱性效益_1		x	增加主動性: IPQC 製程參數 超出規格立即 通知	✓
隱性效益_2		x	增加主動性: IPQC 製程參數 風險預估	✓
隱性效益_3		x	增加主動性: 當批次產出 FQC 抽檢率建議	✓
隱性效益_4		x	解決 OP 人力短缺問題	✓
連動投資		x	\$NT 3,826 萬 [自動化包裝區]	✓



• Stage-II 數位化+AI Light in progress

1. 乳加 C-Line 導入
2. HUNYA MFG TPEM (Total Productive Equipment Management)

購入可頌的合併綜效發揮

- 發展生鮮/冷凍產品，部份產線導入八德廠區進行集中管理，改善產能/人力利用率以解決高低峰差距及無法平準化的困難
- 可頌產品線可配合禮坊發展策略並增加產品組合效益
- 後勤平台功能可以由本公司合併發揮綜效，已導入原物料統購、薪資系統、簽核系統、內控系統、未來計劃導入SAP ERP
- 客戶群與本公司部份重疊，集中管理發揮綜效



02

核心經營
能力
與策略

食品業價值鏈



宏亞具有的核心能力



研發製造

- 巧克力
- 烘培產品 (餅干、蛋糕、麵包)
- OEM



品牌發展

- 77乳加、新貴派、Always、巧菲斯……
- 禮坊



通路經營

- CVS、PX、HYPER、PCS、SUPER
- 自有通路

品牌策略-1

① 提升品牌力!

- ✓ 極大化品牌行銷綜效，以**77母品牌+7個子品牌**整合行銷達到較去年同期雙位數的實銷成長! 來自於：
 - 1) 經典品牌同時曝光，獲得消費者更高的關注度。
 - 2) 產生月暈效應，各品牌彼此相互加乘經典、優質、創新、生活關聯度高的品牌形象!
 - 3) 聯合談判增加議價力，獲得更有利的媒體購買條件與更高的能見度。

STRONGER
Together!



品牌策略-2

② 擴大新消費族群 – GenZ!

- ✓ 根據GenZ的消費者洞察、媒體視聽習慣、偏好的產品口味，來優化行銷溝通內容、媒體投放與產品利益點，使品牌年輕化，**提高GenZ消費族群佔比!**



③ 鞏固既有消費者 – 符合市場趨勢與消費者需求的新產品!

- ✓ 除了持續以經典商品鞏固既有消費者之外，在健康意識逐漸成為主流趨勢下，擴大健康概念零食的銷售佔比，如歐維氏高%數巧克力、100%無添加的本味誠現，以及未來新品。



通路的現況、挑戰及策略

現代通路的獨大，議價空間的緊縮

通路的轉型，少量多樣化的需求，提高研發及生產的成本

E commerce的興盛



解決方案

- ✓ 區隔通路性的產品策略
- ✓ 少量多樣的生產線布置及研發策略
- ✓ 數位、自有通路及人才的布建
- ✓ 成為通路產品研發的夥伴



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

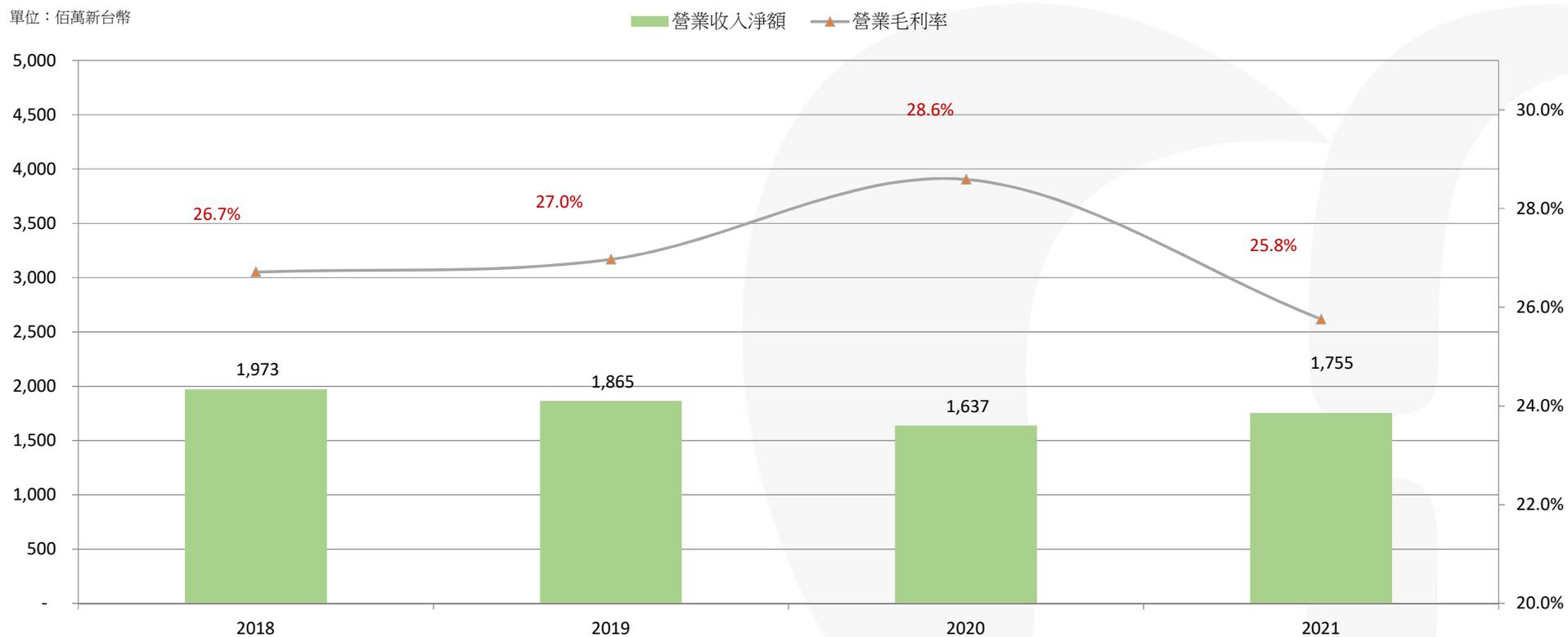


03

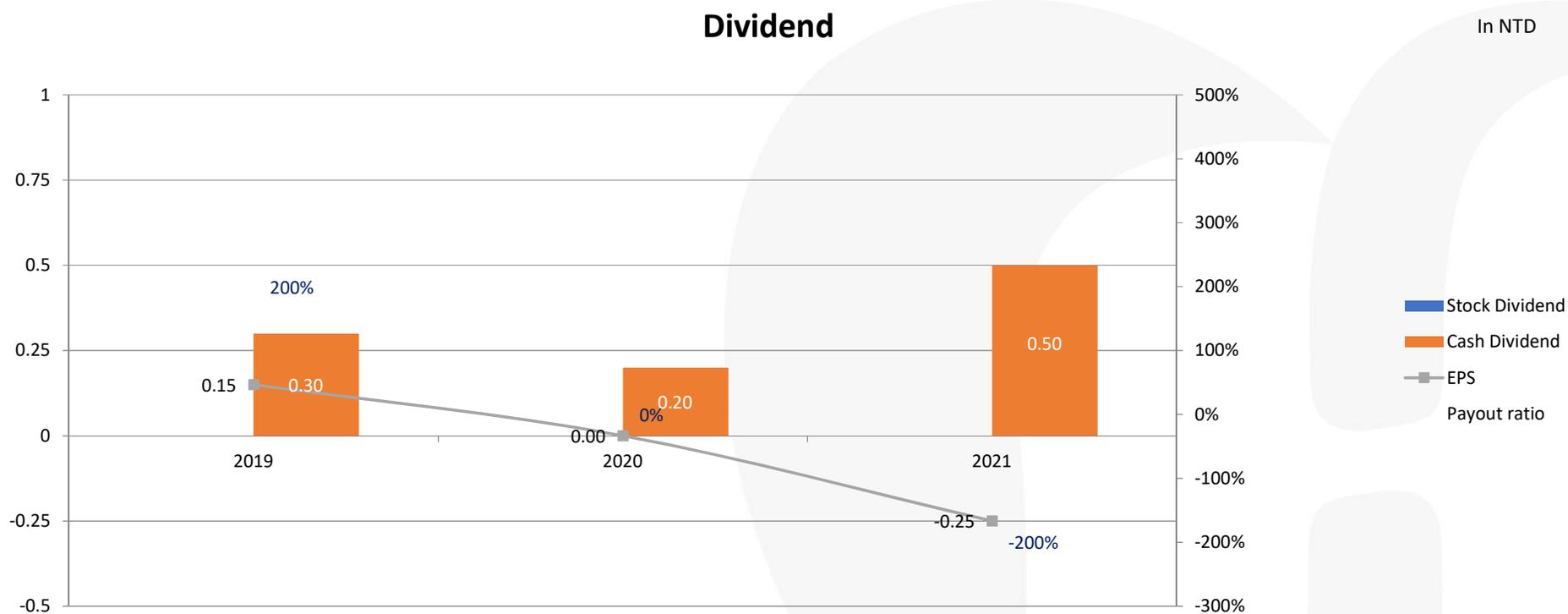
財務報告

財務表現—營收&毛利率

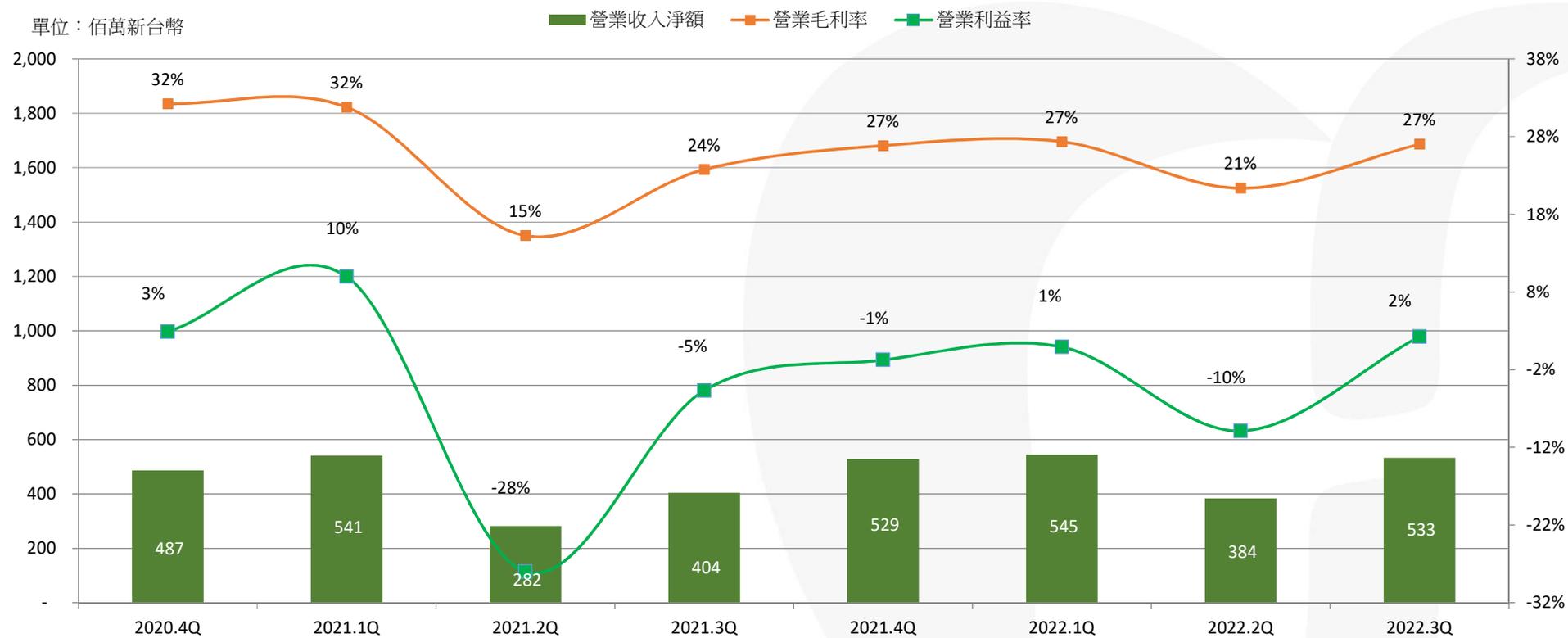
單位：佰萬新台幣



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)	Condensed Consolidated P&L (In Million NTD, except for EPS in NTD)	2021	%	2020	%	Y o Y
營業收入	Net Sales	1,755	100%	1,637	100%	7%
營業成本	Cost of Good Sold	(1,303)	(74%)	(1,169)	(71%)	11%
營業毛利淨額	Gross Profit	452	26%	468	29%	(3%)
營業費用	Operating Expenses					
推銷費用	Selling expenses	(400)		(395)		1%
管理費用	Admin expenses	(86)		(73)		18%
營業費用小計	Operating Expenses sub-total	(501)	(28%)	(480)	(29%)	4%
營業淨利	Operating Income	(49)	(3%)	(11)	(1%)	345%
營業外收入及支出	Non-Operating Income (Expenses), net	18	1%	12	1%	50%
稅前淨利	Income (Loss) Before Tax	(30)	(2%)	0	%	#DIV/0!
所得稅費用	Income Tax	3	%	0	%	#DIV/0!
本期淨利	Net Income	(27)	(2%)	0	%	#DIV/0!
每股盈餘	EPS(Basic)	(0.25)		0.00		#DIV/0!
股東權益報酬率	ROE	3.84%		4.90%		

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)	Condensed Consolidated P&L (In Million NTD, except for EPS in NTD)	2022.3Q	%	2022.2Q	%	2021.3Q	%	Q o Q	Y o Y
營業收入	Net Sales	534	100%	385	100%	404	100%	39%	32%
營業成本	Cost of Good Sold	(389)	(73%)	(302)	(78%)	(308)	(76%)	29%	26%
營業毛利淨額	Gross Profit	144	27%	82	21%	96	24%	76%	50%
營業費用	Operating Expenses								
推銷費用	Selling expenses	(99)		(84)		(87)		18%	14%
管理費用	Admin expenses	(28)		(31)		(24)		(10%)	17%
營業費用小計	Operating Expenses Sub total	(131)	(24%)	(120)	(31%)	(114)	(28%)	9%	15%
營業淨利	Operating Income	12	2%	(38)	(10%)	(19)	(5%)	(132%)	(163%)
營業外收入		6		5		6			
營業外支出		(4)	(1%)	(4)	(1%)	(2)	(%)	%	100%
營業外收入及支出	Non-Operating Income (Expenses), net	2	%	1	%	4	1%	100%	(50%)
稅前淨利	Income (Loss) Before Tax	15	3%	(37)	(10%)	(14)	(3%)	(141%)	(207%)
所得稅費用	Income Tax	0	%	1	%	1	%		(100%)
本期淨利	Net Income	15	3%	(37)	(10%)	(13)	(3%)	(141%)	(215%)
每股盈餘	EPS(Basic)	0.14		(0.34)		(0.12)		(141%)	(217%)
股東權益報酬率/季	ROE/Q	0.50%		-1.3%		-0.9%			

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)		2022.3Q		2022.2Q		2021.3Q	
資產負債摘要		Amount	%	Amount	%	Amount	%
現金及流動資產	cash & Short Term Investmer	689	17%	635	16%	577	22%
應收款項	Accounts Receivable	279	7%	224	6%	217	8%
存貨	Inventory	244	6%	257	6%	228	9%
固定資產	Net PP&E	1,788	45%	1,778	44%	1,393	54%
流動負債	Current Liabilities	541	14%	593	15%	439	18%
非流動負債	Non Current Liabilities	476	12%	425	11%	611	24%
股東權益	Shareholders' Equity	2,933	74%	2,994	75%	1,545	60%
總資產	Total Asset	3,950	100%	4,011	100%	2,595	100%
存貨週轉天數	Inventory Turnover (Day)	59		69		68	
應收帳款週轉天數	AR Turnover (Day)	43		64		48	
流動比率	Current Ratio	127%		107%		131%	
速動比率	Quick Ratio	75%		57%		71%	
負債比率	Debt Ratio	26%		25%		40%	
存貨週轉率	Inventory turnover Ratio	1.55		1.32		1.34	
應收帳款週轉率	A/R turnover Ratio	2.12		1.42		1.91	

現金流量表

現金流量(單位：佰萬新台幣)	<u>2022.3Q</u>	<u>2021.3Q</u>	YoY
期初現金及約當現金	217	89	143%
營業活動之現金流入(出)	92	108	(14%)
資本支出	(335)	(124)	171%
處分不動產、廠房及設備價款	463	0	163969%
投資金融資產價款	(95)	0	-
處分金融資產價款	274	0	-
對子公司之收購	(154)	0	-
長短期(償)借款	(54)	0	-
償還特別股負債	0	0	-
支付現金股利	(54)	(22)	150%
購入庫藏股	0	0	-
其他	(229)	36	(739%)
期末現金及約當現金	<u>125</u>	<u>88</u>	42%

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	111.09.30		持股比例
					每股成交均價	111.09.30 AMT	
藥華醫藥(股)公司	普通股	1,098,896	31,120,673	28.3199	483.50	531,316,216	0.39%
	108/12私募增資	465,117	40,000,062	86.0000	386.80	179,907,256	0.16%
	109/06私募增資	426,440	40,000,072	93.8000	386.80	164,946,992	0.15%
	111/05私募增資	380,000	95,000,000	250.0000	386.80	146,984,000	0.13%
		2,370,453	206,120,807	86.9542		1,023,154,464	0.83%

註: 私募增資之發行條件3年內不得自由轉讓

04
2023年
經營展望

經營展望

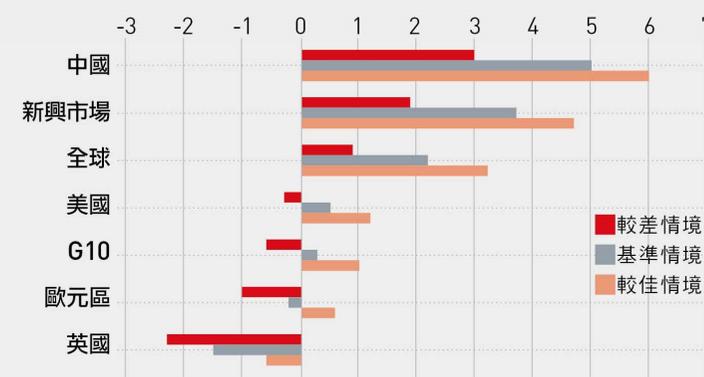
2023經濟主旋律則是反通膨 (disinflation) 因為油價趨穩、糧食短缺改善、供應鏈瓶頸也打通。雖然2023年不會看到急速升息，但全球仍將維持偏高的利率，代價是**全球進入低成長**。

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**，往WMS/MES發展

中美若陷入較差情境，將面臨「保3」挑戰和負成長

2023年經濟成長率三情境預測 (%)



註1：情境好壞預測取決於美國通膨和中國防疫政策鬆綁程度

註2：G10成員國為比利時、荷蘭、加拿大、瑞典、法國、瑞士、德國、英國、義大利、美國、日本

資料來源：摩根士丹利

天下雜誌
CommonWealth
Magazine

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。