



股票代號：6790 TT



永豐餘消費品實業(股)公司

Yuen Foong Yu Consumer Products Co., Ltd.

2021年營運績效





免責聲明

- 本簡報及同時發佈之相關訊息所提及之預測性資訊，包括營運展望、財務及業務狀況等內容，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所得之資訊。
- 本公司未來實際所可能產生的營運結果、財務狀況與業務成果，可能與預測性資訊有所差異。其原因可能來自各種因素，包括但不限於市場需求、價格波動、競爭態勢、各種政策法令與金融經濟現況之改變，以及其他本公司無法掌控之風險等因素。
- 本簡報中所提供之資訊，係反應本公司截至目前為止對於未來的看法，並未明示或暗示性地表達或保證其具有正確性、完整性或可靠性。對於這些看法，未來若有變更或調整時，本公司並不負有更新或修正之責任。

目錄

01 公司簡介

02 競爭利基與
市場分析

03 經營績效

04 未來展望

公司沿革

五月花 柔情
Tender

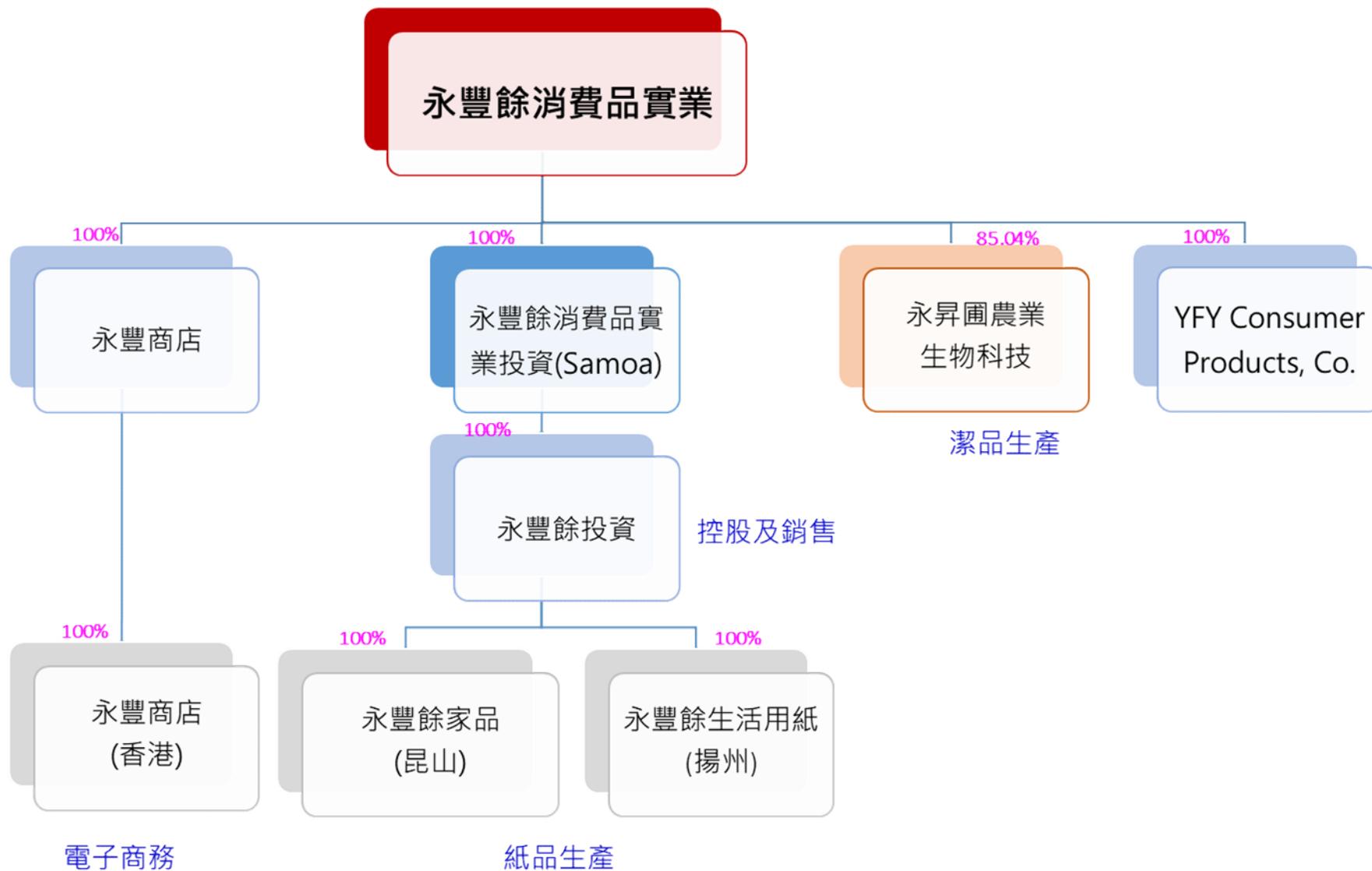


ORANGE HOUSE
橘子工坊



- 1968 自創《五月花》衛生紙品牌
- 1972 生產出台灣第一張壓紋衛生紙
- 1995 進入上海市場，成為台灣首家在海外擴廠的紙廠
- 2004 與寶僑簽訂買賣契約購買清水廠，擴增《柔情》、《得意》品牌
- 2007 分拆並定名為永豐餘消費品實業股份有限公司
- 2009 《橘子工坊》正式進軍天然清潔品市場
- 2015 擴增《植淨美》潔品品牌
- 2017 永昇園環保綠建築新廠落成
- 2018 《得意》進軍潔品市場
- 2019 領先市場推出《五月花》多層《厚棒》衛生紙
《五月花》與《橘子工坊》產品榮獲國家品牌玉山獎
- 2020 因應防疫全力供應台灣市場衛生紙，並推出《橘子工坊》洗淨病毒洗衣精與制菌噴霧，及推出全球首見的零添加水洗衣膠囊《橘子工坊》「五合一洗衣金球」
- 2020/08/11 本公司股票公開發行 (股票代碼:6790)
- 2020/10/27 本公司登錄興櫃
- 2021/09/29 本公司掛牌上市 (資本額:新台幣26.7億元)

投資架構



目錄

01 公司簡介

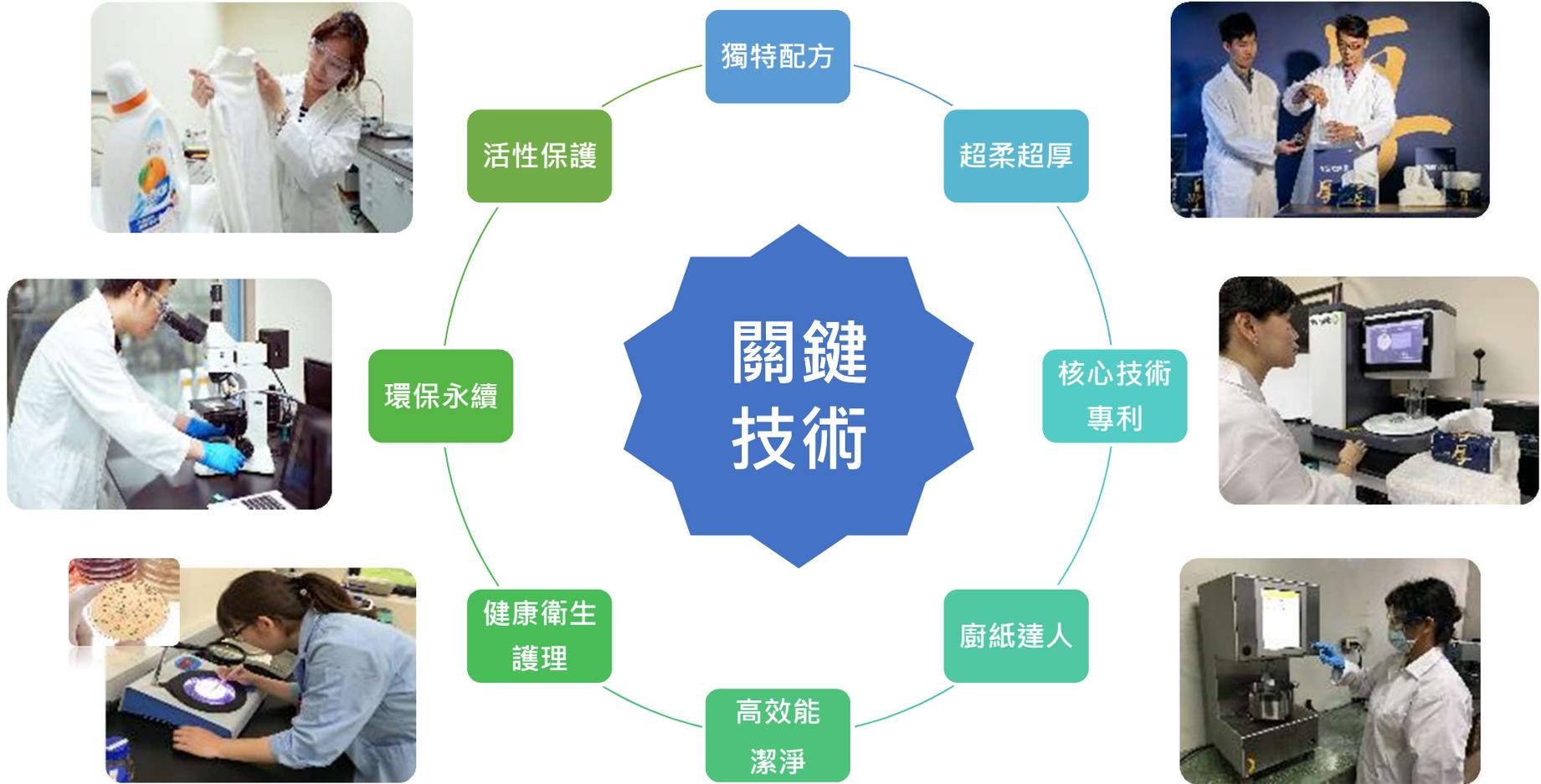
02 競爭利基與
市場分析

03 經營績效

04 未來展望

競爭利基-紙品與潔品研發關鍵技術

- 目前已擁有83項專利(臺灣54項、中國大陸21項、美國8項)
- 並通過FSC、HACCP、GMP、ISO22000、環保標章及綠建築標章等認證
- 擁有P2微生物實驗室，分析原料純度品質，確保產品品質穩定性



紙品品牌與定位

五月花®

打造優質商品 持續創新

提供高品質紙品給
講究生活質感的消費者



柔情
Tender

帶給消費者愉悅的生活體驗



得意

實在品質 超值好用



百花

取得環保標章
100%再生紙綠色產品



柔荷

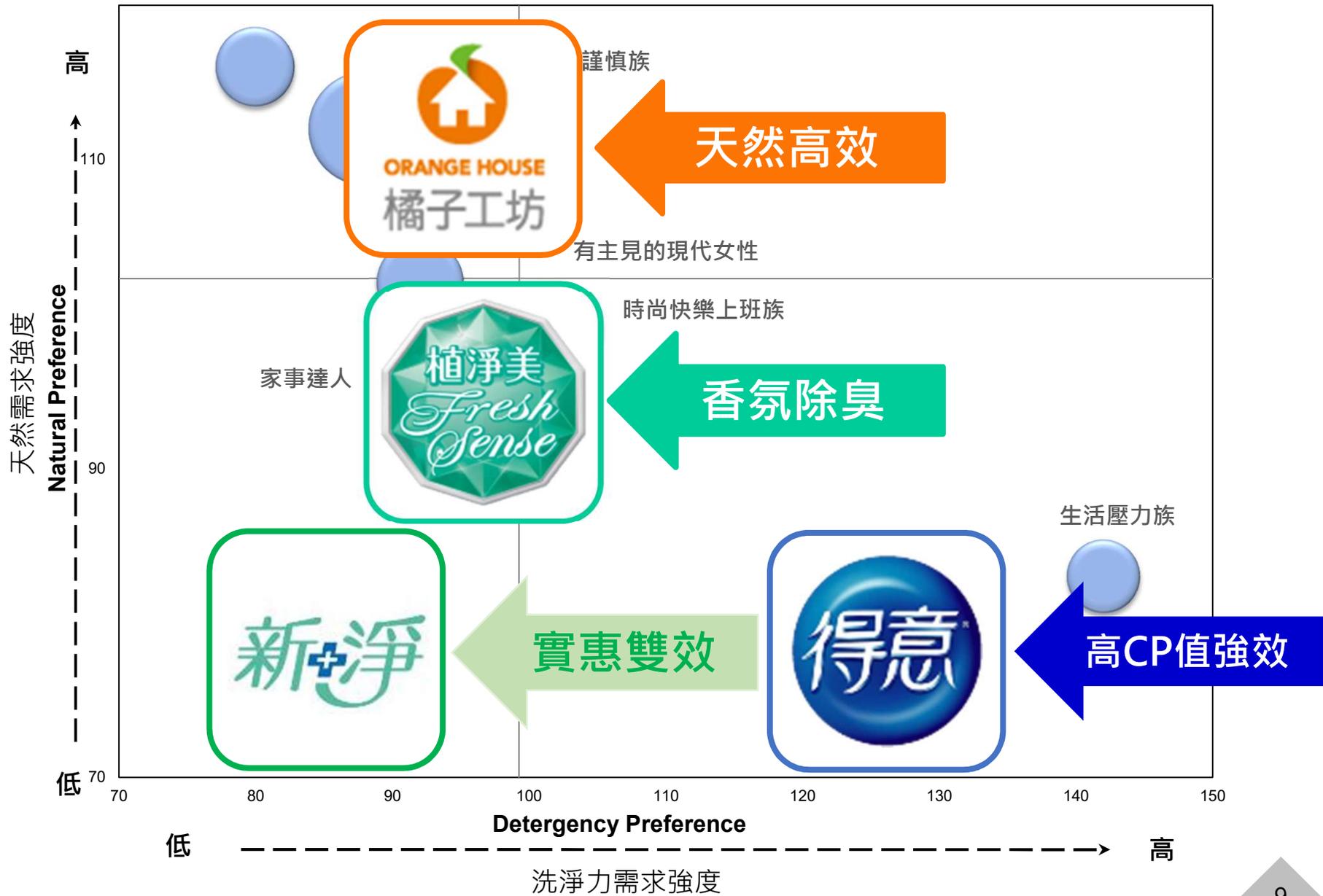
芙蓉

雅柔
SOFT TOUCH

經濟實惠



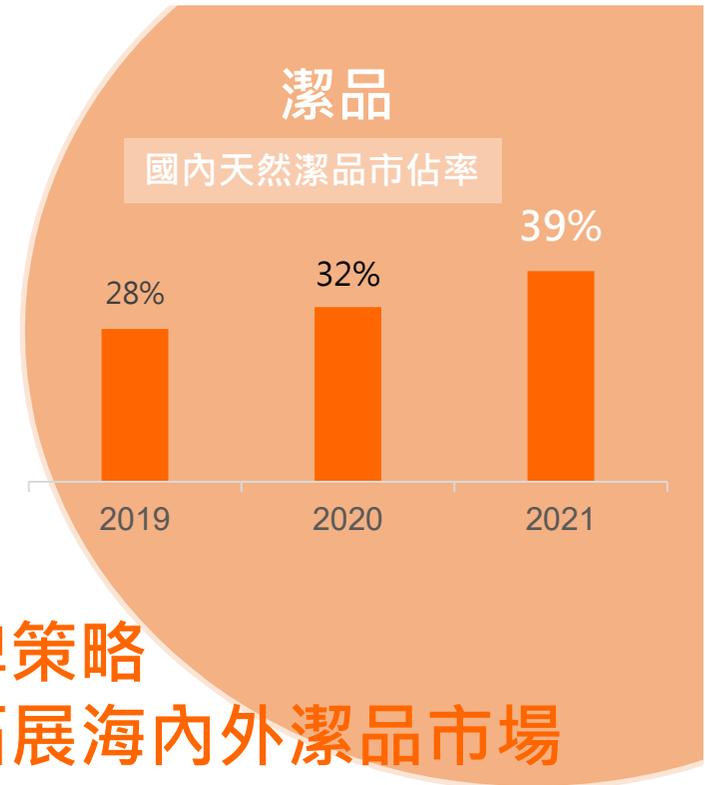
潔品品牌與定位



紙/潔品市佔率



資料來源：東方線上統計



多品牌策略
持續拓展海內外潔品市場



深度經營市場
持續站穩領導品牌地位



資料來源：東方線上統計

通路優勢

掌握市場趨勢與脈動、持續精耕市場

遍及台灣16,500零售點、擁有32家合作的經銷商

精準執行的
零售通路團隊



完善的
電商平台



多元化的
商用客戶



彈性、有效率
的配送服務



良好的
客戶關係



擁有厚實的財務結構與集團資源整合策略

兩岸主要客戶

B2C Customers



B2B Customers

Ecommerce Platform



*上圖取自各客戶官網

目錄

01 公司簡介

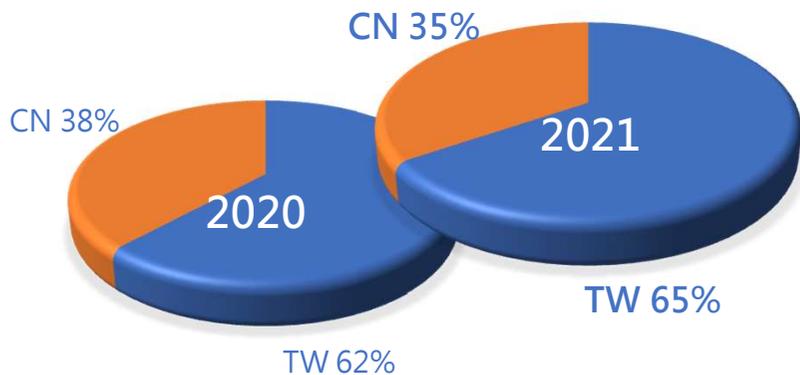
02 競爭利基與
市場分析

03 經營績效

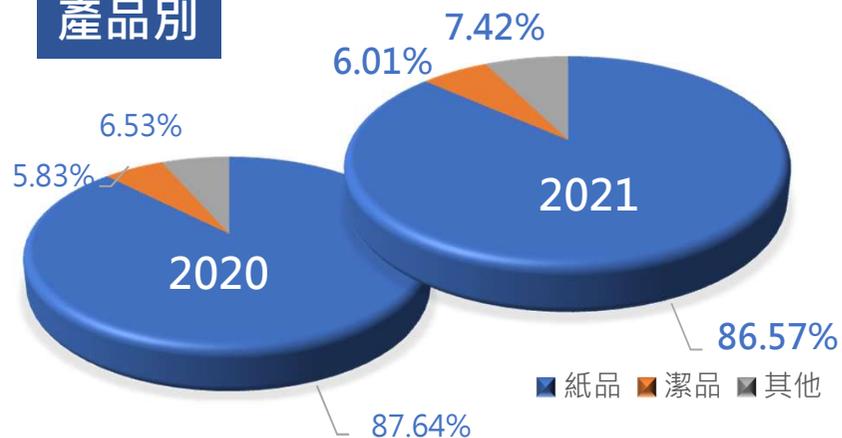
04 未來展望

營收組成及獲利指標

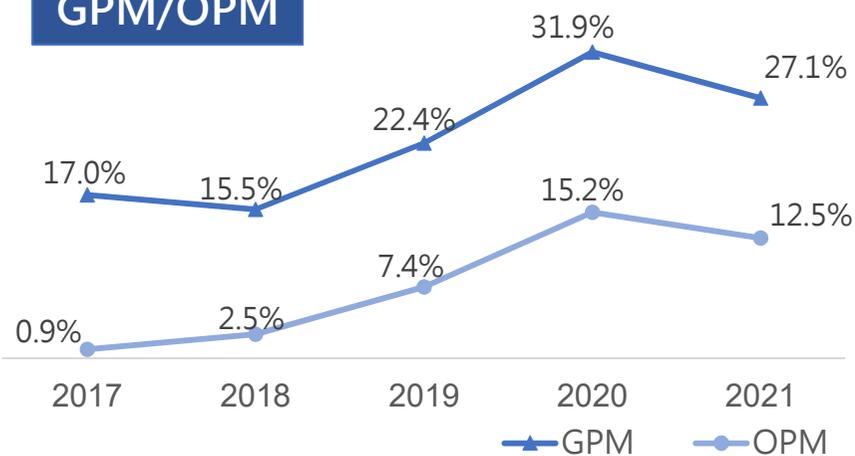
地區別



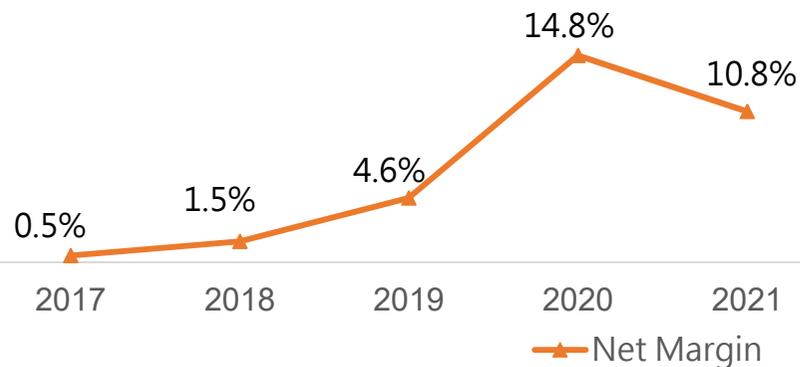
產品別



GPM/OPM



Net Margin



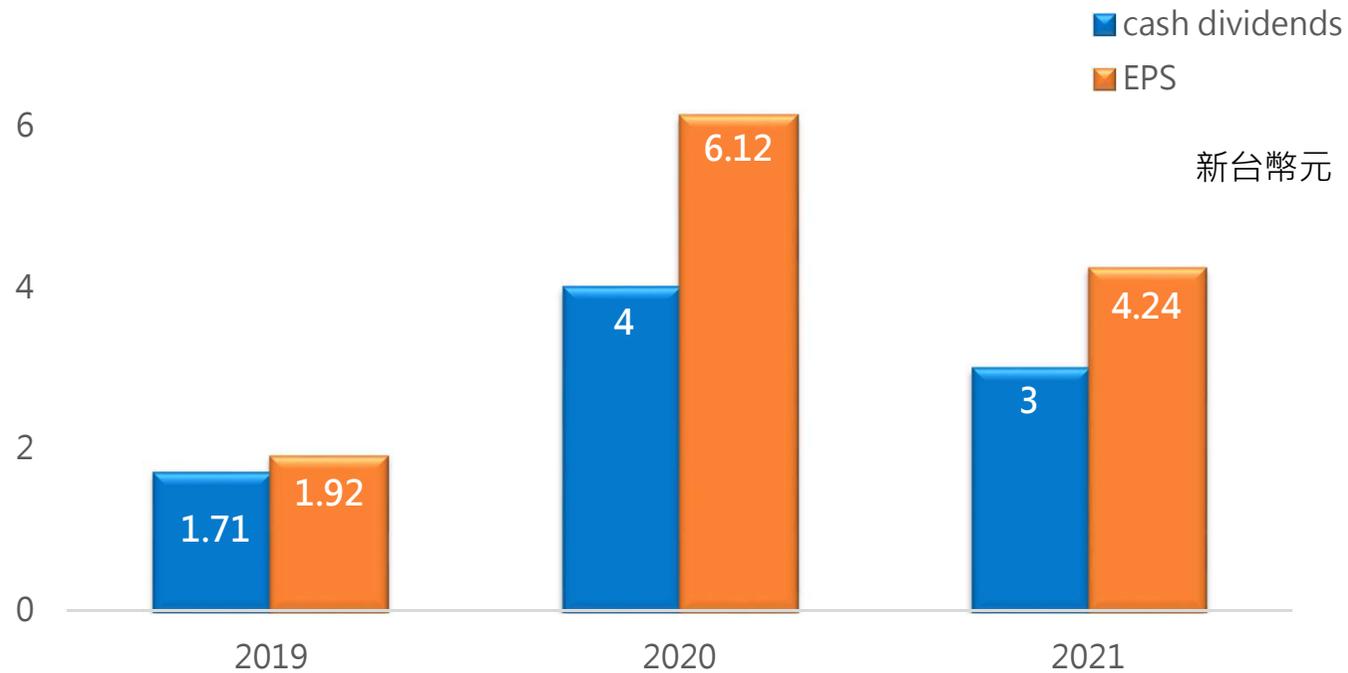
2021年及Q4營運績效

新台幣仟元

合併財報	Q3 Y21	Q4 Y21		vs Q3	Y21		vs LY
	金額	金額	%		金額	%	
營業收入	2,229,763	2,643,401	100.0%	18.6%	9,890,353	100.0%	-2.5%
銷貨毛利	518,714	620,557	23.5%	19.6%	2,680,493	27.1%	-17.2%
營業費用	329,537	355,014	13.4%	7.7%	1,443,228	14.6%	-14.6%
營業利益	189,177	265,543	10.0%	40.4%	1,237,265	12.5%	-20.0%
稅前淨利	200,348	284,723	10.8%	42.1%	1,287,272	13.0%	-26.5%
稅後淨利	158,995	232,348	8.8%	46.1%	1,070,697	10.8%	-28.7%
淨利歸屬於本公司	156,770	230,231	8.7%	46.9%	1,062,266	10.7%	-28.6%
每股盈餘(元)	0.64	0.84		+0.2	4.24		-1.88

- 2021年合併營收較去年同期減少，主要係因中國大陸受疫情封城及限電管制影響所致。
- 2020年因出售中國大陸子公司有一次性相關利得約新台幣3.57億元，影響2020年EPS約1元。

股利配發政策



- 經董事會決議通過配發2021年現金股利3元，將提報2022年股東常會。
- 公司股利政策以穩健配發為原則，以期為股東創造合理的長期投資價值。

目錄

01 公司簡介

02 競爭利基與
市場分析

03 經營績效

04 未來展望

策略藍圖

提供消費者健康安心美好的生活

健康天然

綠色商機

熟齡市場

紙品
抗菌、低敏、機能性

潔品
制菌防疫商品升級
品類擴展

創新綠色商品

開發綠色包裝運用

開發銀髮族商品

結合集團資源開發新品

滿足消費者不同需求，創造差異化產品的價值

未來展望

- **聚焦核心品類**

聚焦差異化、技術優勢、高成長及高毛利品類
建立五月花廚衛專家
擴展個人清潔及熟齡商品

- **擴展潔品市場**

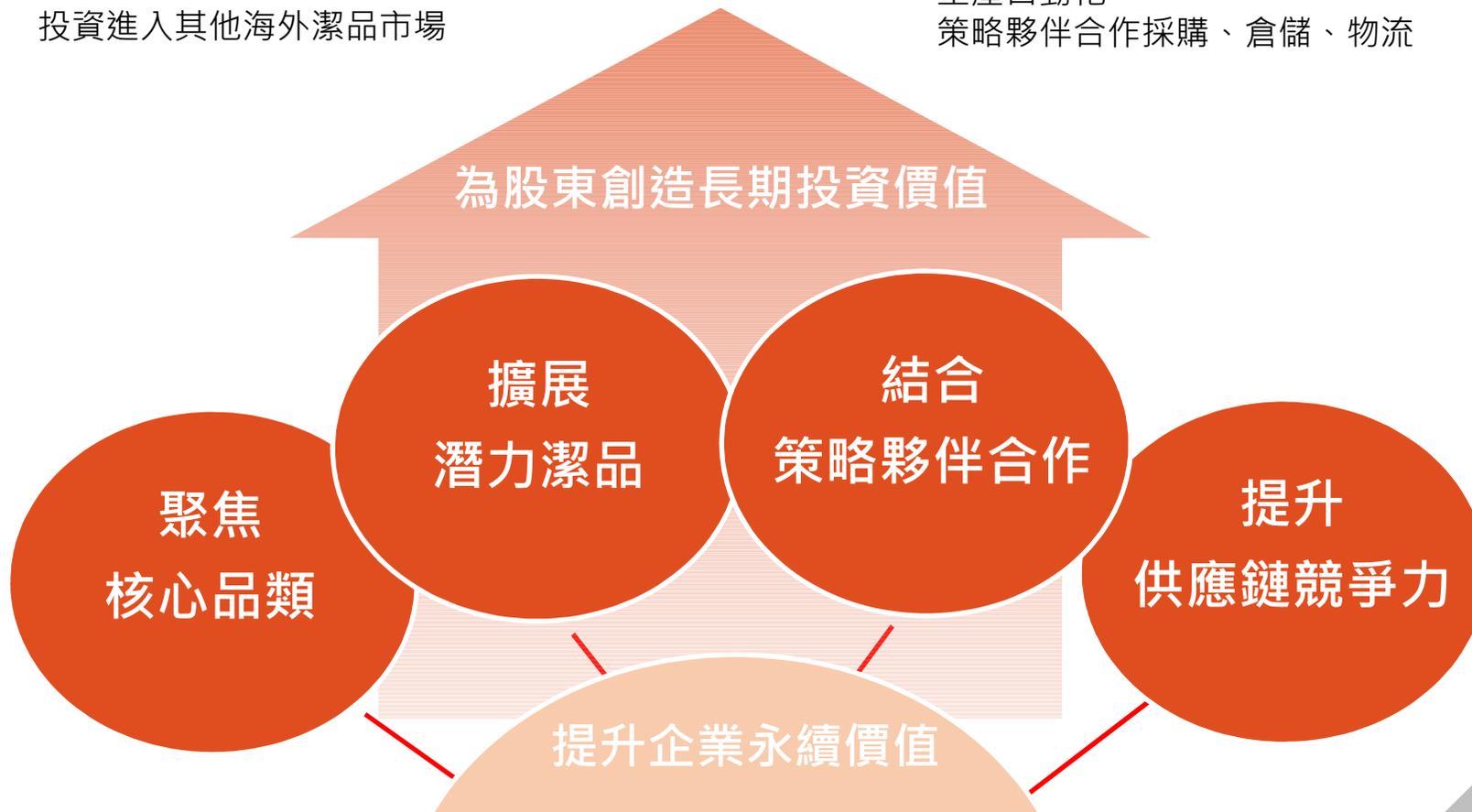
整合兩岸行銷資源、加速擴大潔品銷售
投資進入其他海外潔品市場

- **結合策略夥伴合作**

結合零售/商用策略夥伴，提升投資效益

- **提升生產供應鏈競爭力**

生產自動化
策略夥伴合作採購、倉儲、物流





Thank You

