

永豐餘消費品實業股份有限公司

YFYCPG

6790 TT

2022年上半年度營運績效





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。



營運績效



歷年營運紀要



2020~

- 2022 《橘子工坊》與日本Dazzling品牌聯名推出《得意易手抽》抽取式廚紙
董事會通過投資新台幣10.1億元建置紙機及加工設備
- 2021 掛牌上市/資本額新台幣26.7億元
獲選經濟部第六屆卓越中堅企業
- 2020 推出《橘子工坊》洗淨病毒洗衣精零水洗衣金球

2009~2019

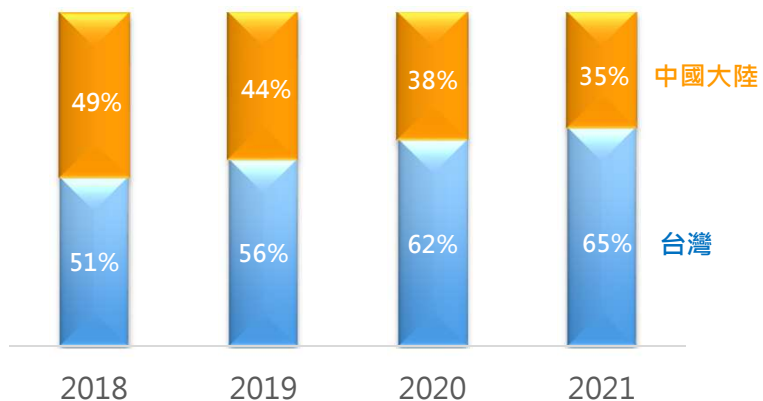
- 2019 領先市場推出《五月花》多層《厚棒》衛生紙
- 2018 《得意》進軍潔品市場
- 2017 永昇園環保綠建築新廠落成
- 2015 擴增《植淨美》潔品品牌
- 2009 《橘子工坊》正式進軍天然清潔品市場
- 2004 併購P&G清水廠，增加《柔情》、《得意》兩個品牌

1968~1995

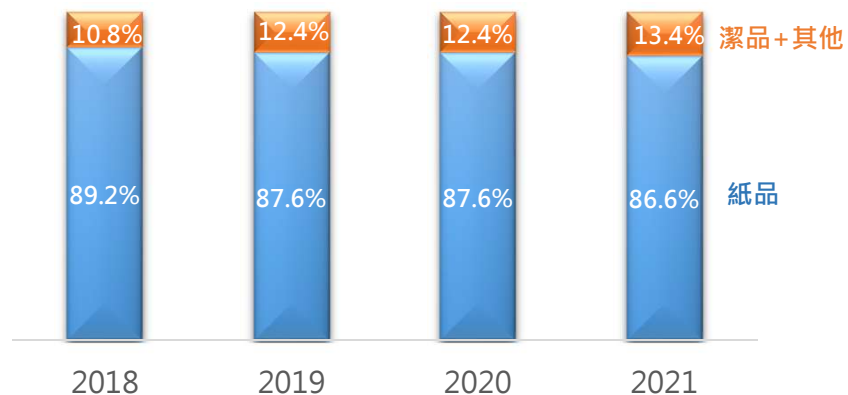
- 1995 進入上海市場，台灣首家在海外擴廠的紙廠
- 1986 永豐餘消費品實業股份有限公司設立完成
- 1972 生產出台灣第一張壓紋衛生紙
- 1968 自創《五月花》衛生紙品牌，成為消費者美好生活的溫柔知己

營收組成及獲利指標

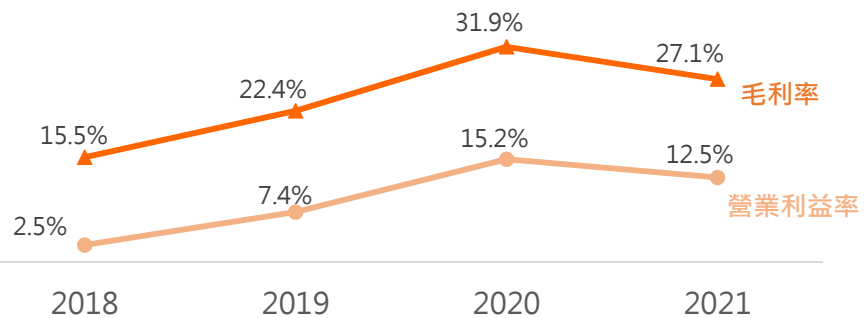
地區別營收佔比



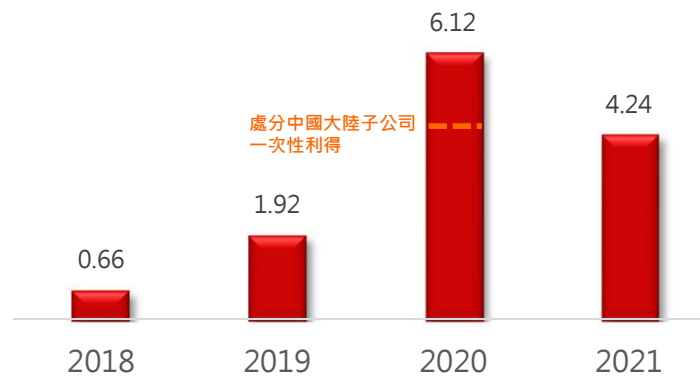
產品別營收佔比



獲利率



每股盈餘



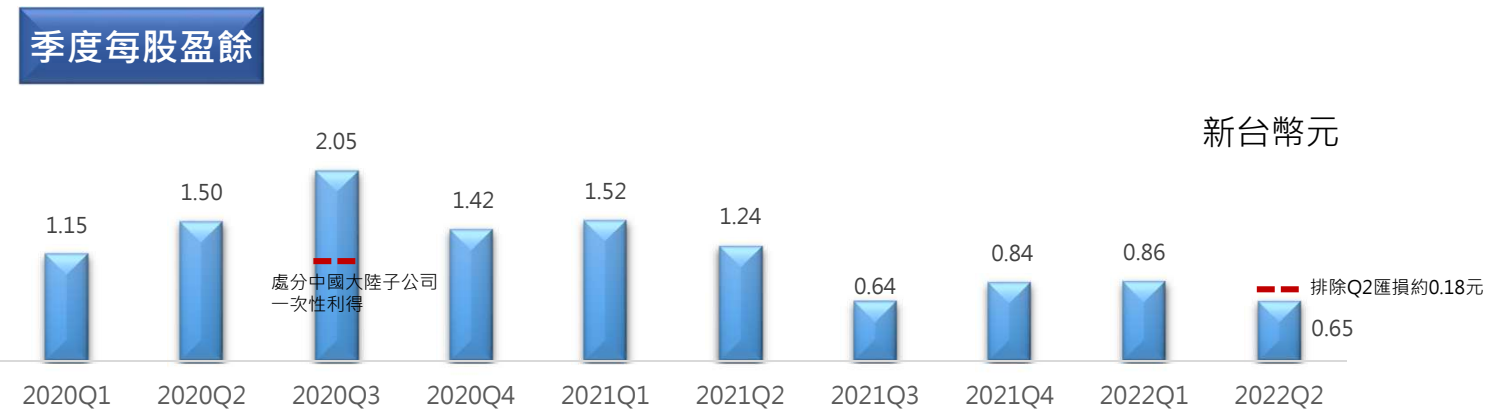
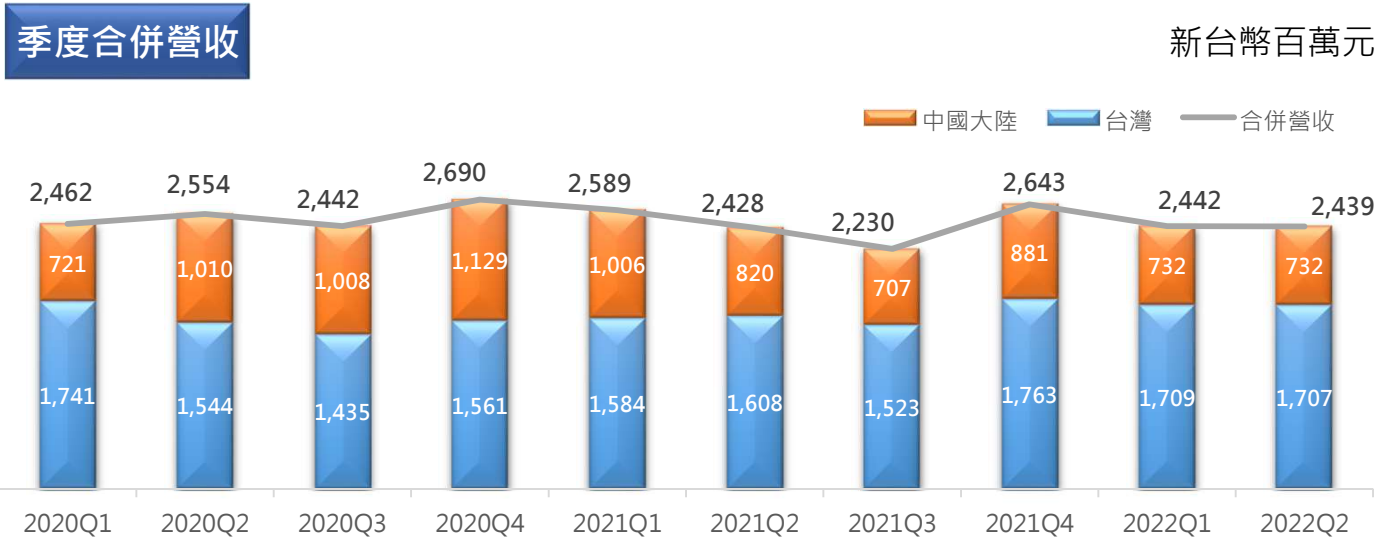
2022年上半年合併財報摘要

新台幣仟元

	2021年上半年		2022年上半年		與去年同期比較
	金額	%	金額	%	
營業收入	5,017,189	100.0%	4,880,705	100.0%	-2.7%
銷貨毛利	1,541,222	30.7%	1,216,268	24.9%	-21.1%
營業費用	758,677	15.1%	668,757	13.7%	-11.9%
營業利益	782,545	15.6%	547,511	11.2%	-30.0%
業外淨額	19,656	0.4%	(20,326)	-0.4%	
稅前淨利	802,201	16.0%	527,185	10.8%	-34.3%
稅後淨利	679,354	13.5%	404,211	8.3%	-40.5%
淨利歸屬於本公司	675,265	13.5%	401,565	8.2%	-40.5%
每股盈餘(元)	2.76		1.50		-1.25

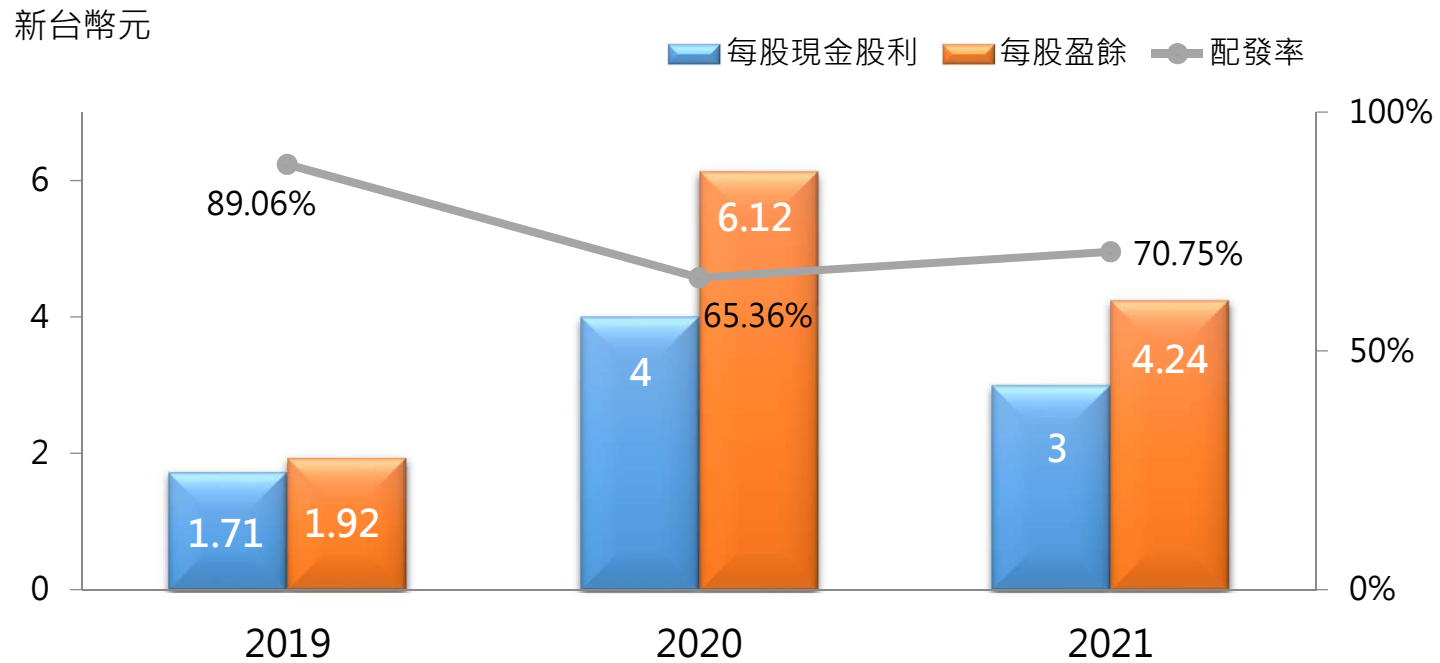
- 2022年上半年合併營收較去年同期減少，主要係因中國大陸受疫情封城管制影響
- 2022年上半年淨利歸屬於本公司較去年同期減少，主要係因：
 - ① 原物料及能源價格大幅上漲
 - ② 人民幣兌美金產生匯損，影響上半年業外淨額約新台幣43,210仟元 (影響上半年每股盈餘約0.16元)

季度營收及獲利趨勢



- 2022年國際局勢劇烈變化，導致國際原物料價格及能耗成本持續走升
- 將持續強化銷售通路與產品組合，優化成本結構以提升獲利

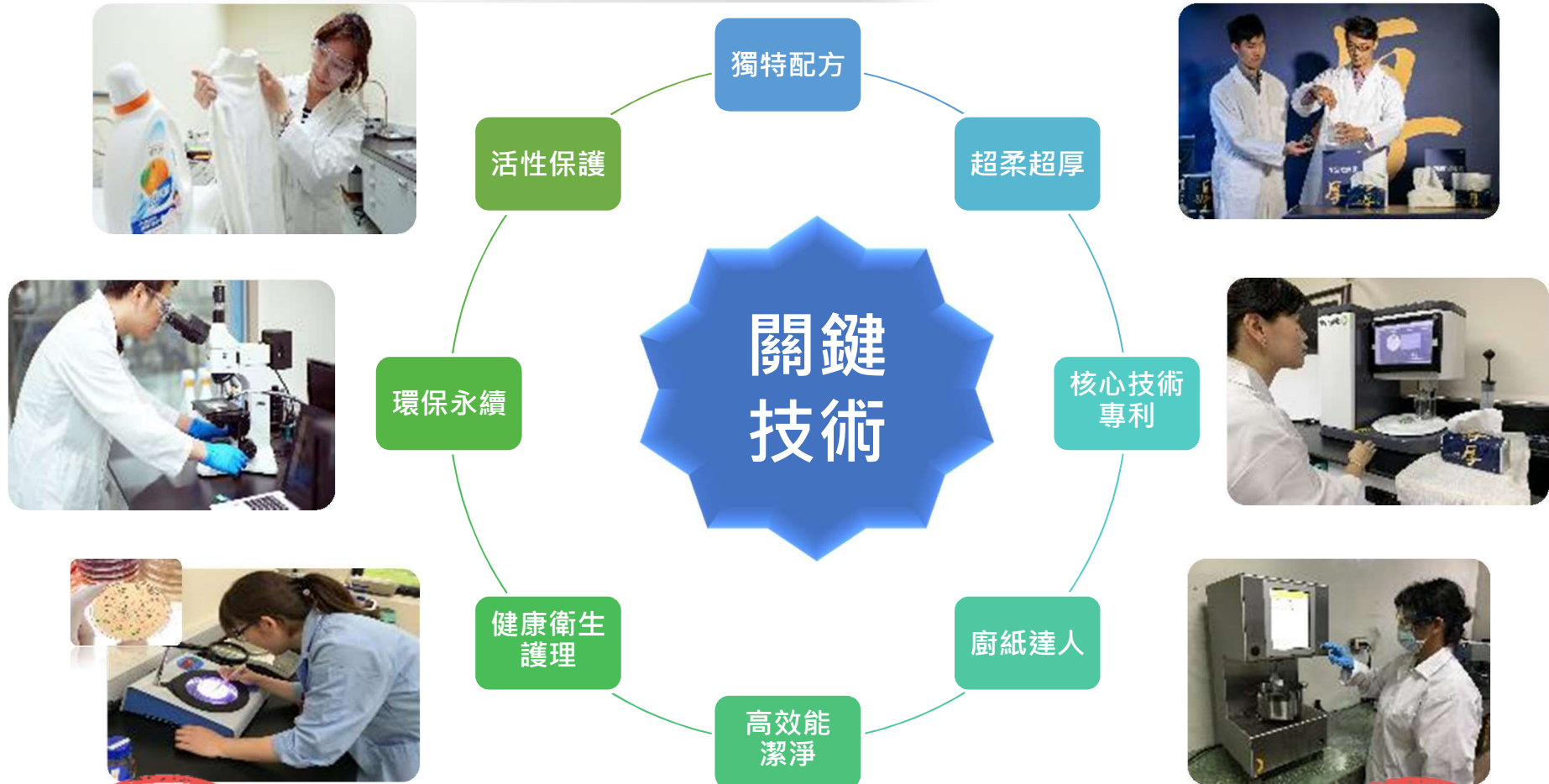
股利配發政策



- 公司股利政策以穩健配發為原則，為股東創造合理的長期投資價值

競爭利基-研發關鍵技術

分析原料純度品質，確保產品品質穩定



通過FSC、HACCP、GMP、ISO22000、環保標章及綠建築標章等認證

品牌定位

多品牌發展及定位滿足全方位的消費者使用需求，創造差異化產品的價值



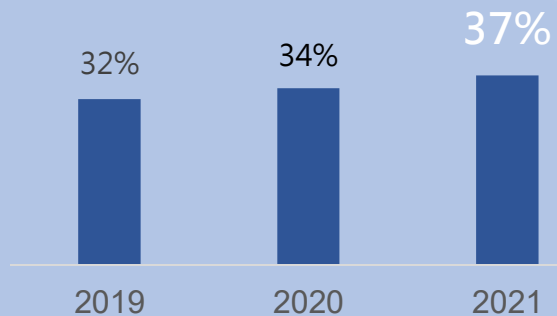
市佔率

深度經營市場
持續站穩領導品牌地位



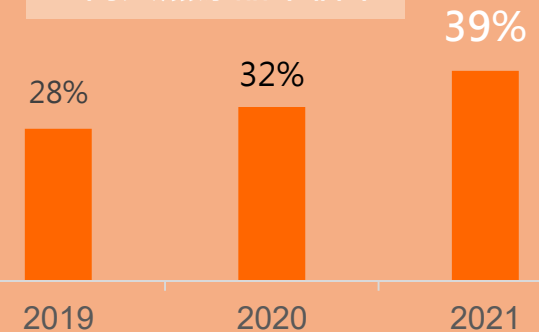
紙品

國內抽衛&廚紙市佔率



潔品

國內天然潔品市佔率



多品牌策略
持續拓展海內外潔品市場



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

擁有厚實的財務結構與集團資源整合策略

持續成長的趨勢掌握者

• 聚焦核心品類

- ✓ 聚焦差異化、技術優勢、高成長及高毛利品類
例如: 天然洗衣膠囊、抽取式萬用廚紙、3D澎彈壓花技術抽衛
- ✓ 建立五月花廚衛專家

• 擴展潔品市場

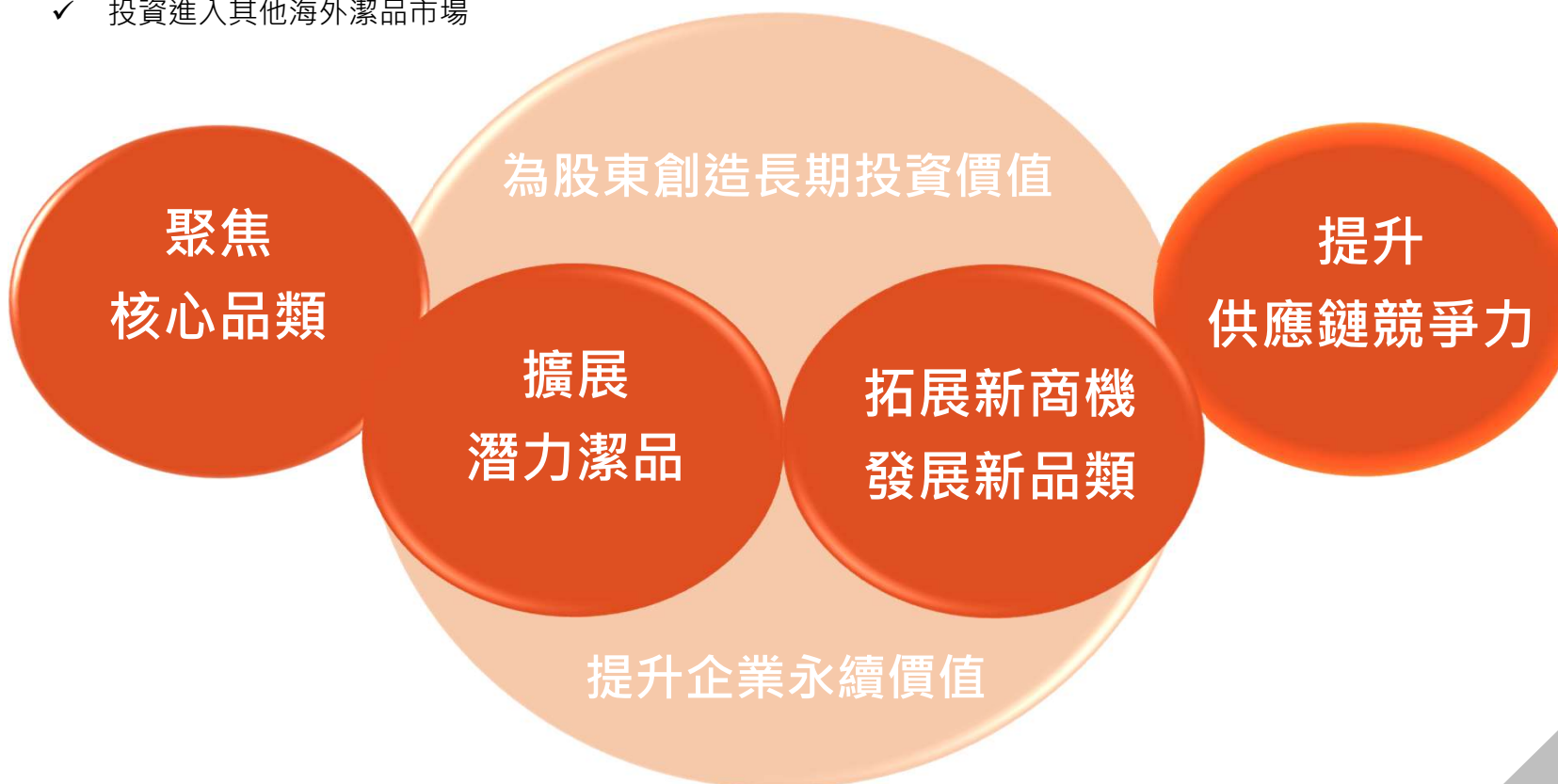
- ✓ 發展主流需求的品牌(例如: 天然安心、香氛療癒), 結合綠色商機, 擴大使用者普及率
- ✓ 整合兩岸行銷資源、加速擴大潔品銷售
- ✓ 投資進入其他海外潔品市場

• 拓展新商機與發展新品類

- ✓ 寵物商機
- ✓ 擴展個人清潔用品與家用香氛

• 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



持續推動ESG永續發展

提供消費者健康安心美好的生活

環境

- 年目標節水1%
- 增加替代能源使用率
- 提升綠色採購佔比、開發綠色包材

社會

- 與員工利潤共享
- 完善供應商管理制度
- 維護良好鄰里關係

公司治理

- 董事會成員多元化
- 定期進行董事會及功能性委員會績效評估
- 優於法規，2021/4/15已成立資安委員會
- 利害關係人溝通管道

永豐實2021年永續報告書已獲得第三方認證

五月花 柔情
Tender



ORANGE HOUSE
橘子工坊





Thank you

