

# 上市前業績發表會



永豐餘消費品實業股份有限公司

Yuen Foong Yu Consumer Products Co., Ltd.

股票  
代號 **6790**



## 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。

# 風險事項

## 一、產業風險

(一)產品差異化程度小，價格敏感性較高，且零售業自有品牌興起搶攻市占率

### 因應對策

本公司及其子公司強化五月花及橘子工坊等品牌價值，透過產品差異化滿足消費者多樣的需求，深耕不同客層經營，深植產品舒適度、便利性及環保形象，成功站穩市占率。

(二)台灣家庭用紙市場已臻成熟，擴張程度有限

### 因應對策

深耕紙品市場，致力於研發創新產品，持續提供消費者個性化體驗及具創新價值之商品，並運用數位行銷提升銷售效益，強化品牌影響力以鞏固市場地位。加速擴展潔品事業，積極擴大非紙品銷售占比，並布局海內外銷售據點。

## 二、營運風險

(一)主要原物料價格受國際市場波動影響

### 因應對策

蒐集國際漿料價格資訊，憑藉深厚的產業經驗，以精準預測未來走勢，並適當增加漿料儲備量；在成本優化方面，持續精進調整漿料配比，以優化產品結構為主要目標，同時提升設備邁向全自動化，並配合漿料測試精進生產效能，降低成本；在銷售策略方面，擬定多元行銷策略，並藉由核心關鍵技術聚焦開發高毛利、高潛力及市場差異化產品，以提升市場滲透率。

(二)中國市場競爭激烈

### 因應對策

穩固現有客戶同時擴大利基品銷售，藉由產品升級創造附加價值，以提升毛利，亦積極開發吸水紙及特殊紙客戶，拓展具成長潛力之廚紙及抽衛市場，此外，增加投資電子商務線上流量，並透過電商直播在網路創造聲量及能見度，加強銷售力道，提高知名度。

## 三、其他重要風險

本公司其他重要風險請詳本公開說明書「壹、二、風險事項」之說明。

## 補充揭露 事項

本公司依據臺灣證券交易所股份有限公司暨上市審議委員會要求之補充揭露事項，依據臺灣證券交易所股份有限公司110年6月22日臺證上一字第1101803237函除依「初次申請有價證券上市公開說明書應行記載事項準則」之規定揭露相關事項外，尚應於公開說明書特別記載事項乙節揭露下列事項：

- 一、最近三年度及截至最近期業績變化之合理性
- 二、面對原物料波動之因應措施與未來發展策略，暨與關係人進貨之必要性與合理性

相關說明請各位投資先進參閱公開資訊觀測站本公司現金增資發行新股申報用之公開說明書

## 公司治理與 企業社會責任

本公司公司治理及企業社會責任均依照主管機關制定之相關法令規定執行，相關說明請各位投資先進參閱公開資訊觀測站，本公司現金增資發行新股申報用之公開說明書及本公司年度報告書。

01

公司簡介

02

市場分析與  
競爭利基

03

經營績效

04

未來展望

## 公司基本資料

<b>公司名稱</b>	永豐餘消費品實業(股)公司
<b>董事長</b>	何奕達
<b>公司設立日期</b>	1986.10.29
<b>目前實收資本額</b>	新台幣 24.49億元
<b>員工人數</b>	1,444人(統計至2020年底)
<b>公司地址</b>	台北市重慶南路二段51號16樓

<b>主要經營業務</b>	家庭用紙、清潔產品製造、銷售及代理
<b>主要生產基地</b>	台灣 楊梅、清水等兩大紙廠、永昇圍潔品廠 大陸 揚州、昆山等兩大紙廠
<b>主要品牌</b>	紙品 三大品牌五月花、柔情、得意 潔品 橘子工坊、植淨美、得意與新淨等

五月花®

柔情®  
Tender



ORANGE HOUSE  
橘子工坊®



## 公司沿革

**1934**

株式會社永豐商店 (後更名:永豐餘投資控股股份有限公司)

**1968** 自創《五月花》衛生紙品牌

**1972**

生產出臺灣第一張壓紋衛生紙



**1986**

永豐餘消費品實業股份有限公司設立完成  
實收資本額為新台幣10,000仟元

進入上海市場，  
成為臺灣首家在海外擴廠的紙廠

**1995**

**2004**

併購P&G清水廠，增加《柔情》、《得意》兩品牌，成為臺灣在地最大的家庭用紙製造廠家。

**2007**

永豐餘造紙股份有限公司 (後更名:永豐餘投資控股股份有限公司)  
家品事業部分割移轉至永豐餘消費品實業股份有限公司

《橘子工坊》  
正式進軍天然清潔品市場

**2009**



《五月花》獲選臺灣百大品牌

**2011**

**2014**

榮獲民生消費製造業魅力雇主

**2015**

榮獲民生消費製造業魅力雇主

**2017**

永昇圍環保綠建築  
新廠落成



**2018** 《得意》進軍中價潔品市場

**2019**

領先市場  
推出《五月花》厚棒衛生紙

**2019**

《五月花》與《橘子工坊》  
產品榮獲國家品質玉山獎

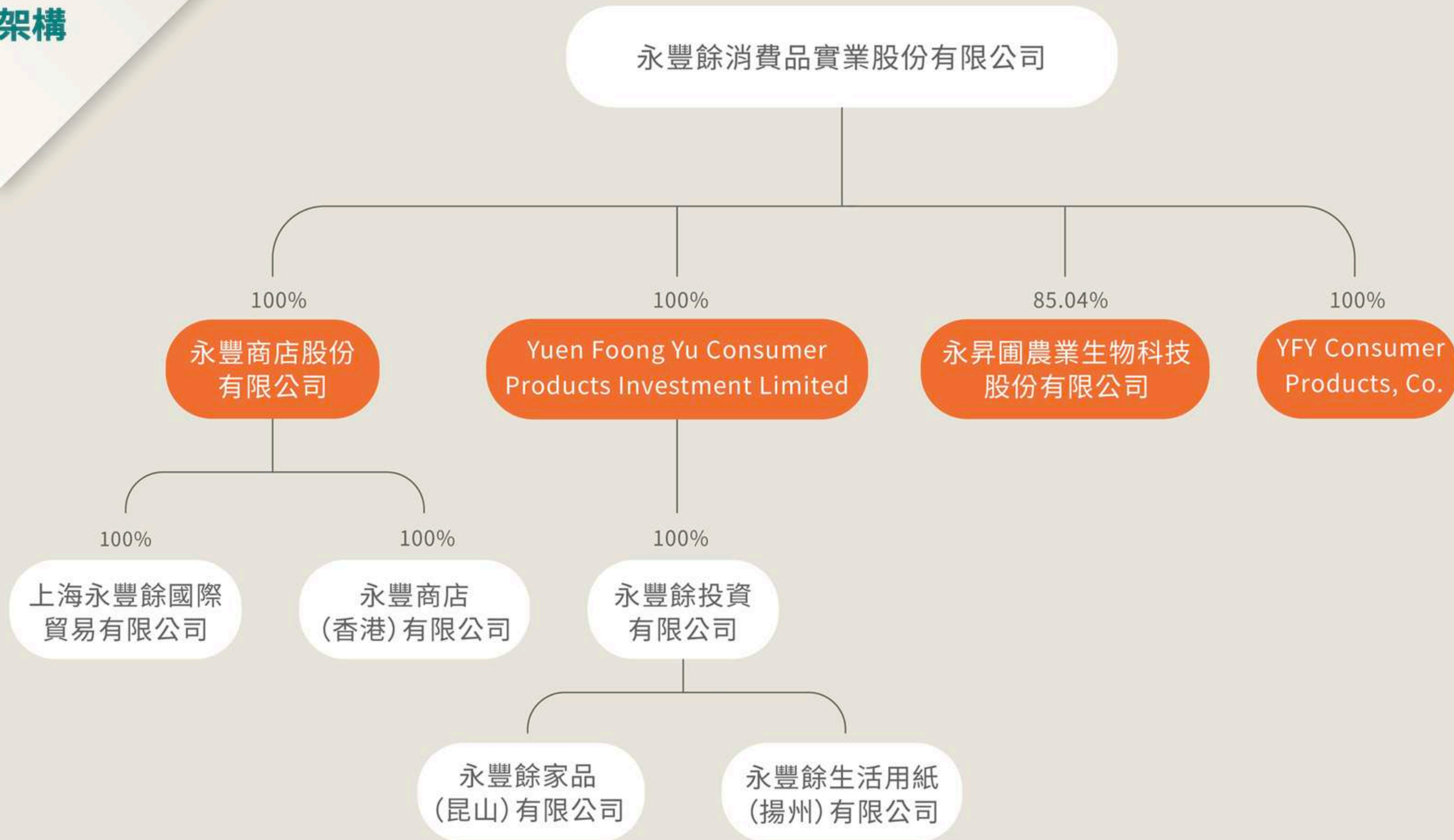


**2020**

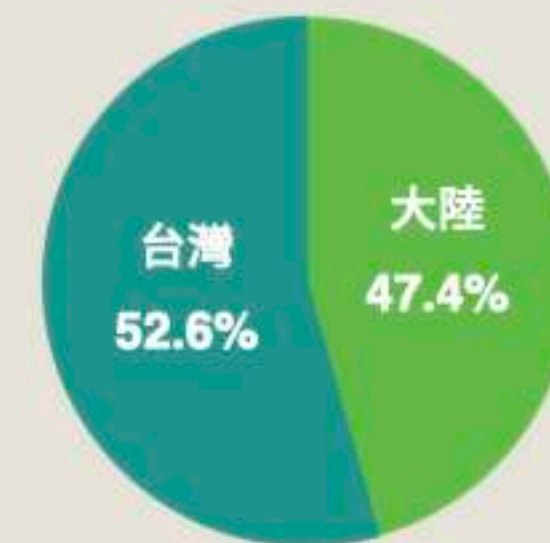
因應防疫全力供應臺灣市場衛生紙推出《橘子工坊》洗淨病毒洗衣精



# 投資架構



# 生產據點 概況



紙品產能比重

## 永昇園桃園廠 (潔品)



## 清水廠 (紙品)



## 楊梅廠 (紙品)



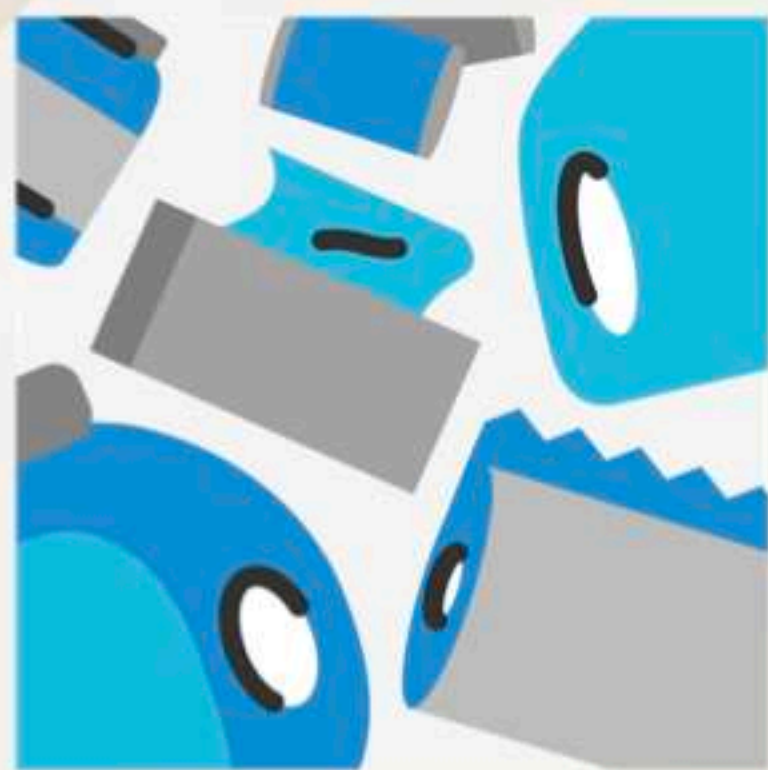
## 揚州廠



## 昆山廠



## 願景與使命



### 使命

為消費者構築安心美好的生活，  
提供值得信賴的產品與服務，  
創造以人為本的最高價值



### 願景

以領先的技術，實踐綠色環保，  
永誌不忘企業社會責任，  
成為全球生活用品的卓越企業



### 價值觀

用做人的道理做事  
正直、信任、創新



01

公司簡介

02

市場分析與  
競爭利基

03

經營績效

04

未來展望

企業價值提升

強化  
產品佈局

優化  
品牌溝通

洞察  
消費者需求

創新研發  
創造品牌價值

提升企業價值



策略重點

消費者  
需求洞察

擴展潔品市場成長

聚焦重點品類發展

結合策略夥伴合作

提升生產供應鏈競爭力

# 競爭利基 研發關鍵技術



在建築物、能源使用與  
產品研發上努力達成  
企業永續



注重安全生產、  
增加自動化產程通過  
FSC、HACCP、GMP、  
ISO22000等認證



## 獨特配方 優質認證

從產品安全性  
與效能提升、增加消費者  
使用舒適度著眼，  
研發獨特配方



SNQ  
Safety and Quality



國家品牌玉山獎  
THE NATIONAL BRANDS AWARDS  
2019

SGS



## 關鍵 技術

## 核心技術 與專利

81項專利  
臺灣52項、大陸21項、  
美國8項  
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



## 安心安全 高規格生產

# 紙品品牌與定位

優質產品  
持續創新

高品質紙品  
追求生活質感



給消費者愉悅的  
體驗

100%再生紙  
綠色產品



滿足消費者  
所有需求



經濟實惠



超值好用





# 潔品品牌與定位



天然高效



香氛除臭

新+淨

實惠雙效



高CP值強效

天然需求

洗淨力需求

## 通路優勢



精準執行的  
零售通路團隊



完美的  
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

通 路

兩岸零售  
主要客戶



上圖取自各客戶官網

# 兩岸商用 主要客戶



上圖取自各客戶官網

# 兩岸電商 主要客戶



上圖取自各客戶官網

01

公司簡介

02

市場分析與  
競爭利基

03

經營績效

04

未來展望

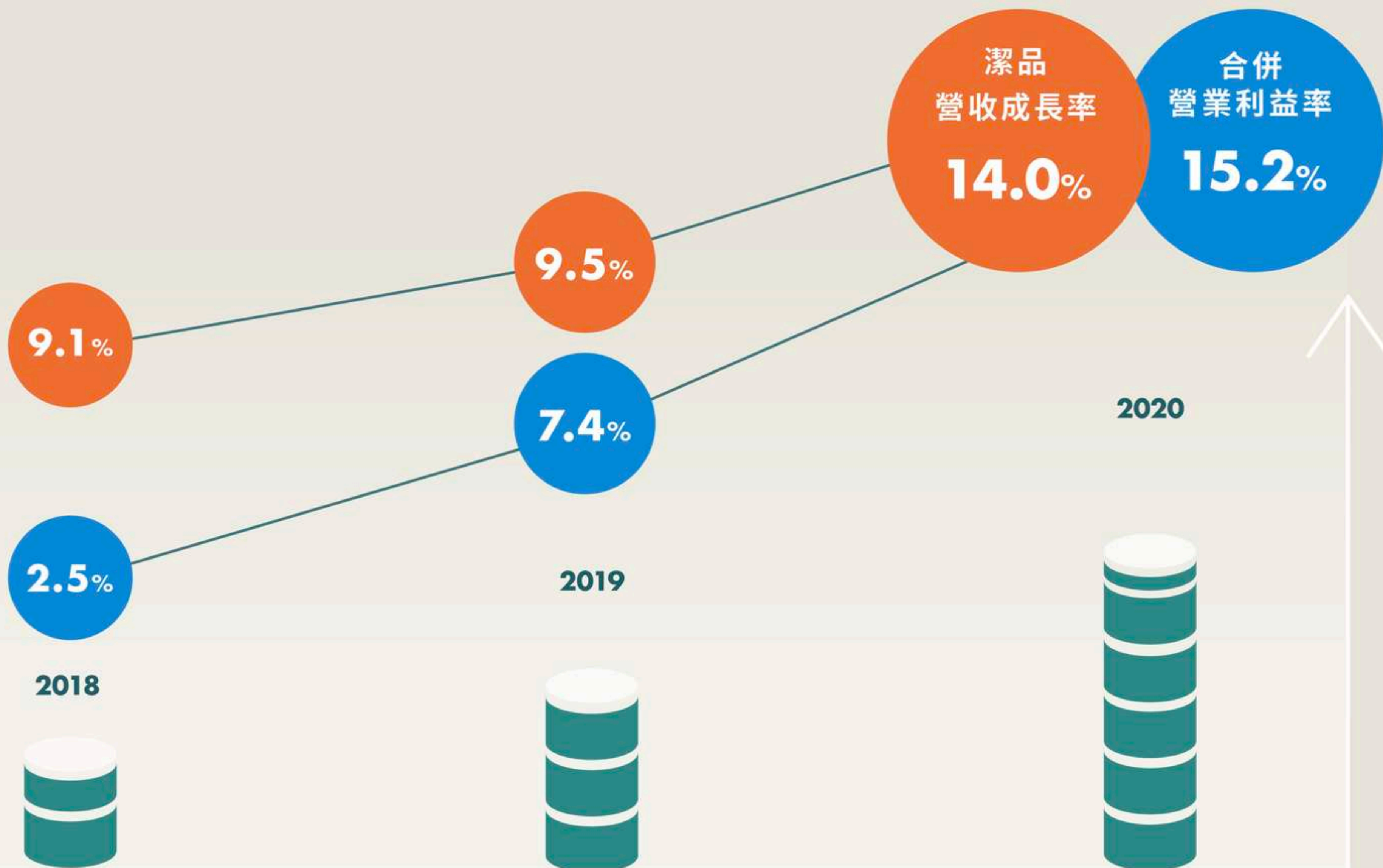
## 獲利指標 持續成長

### 潔品

在既有品牌力與通路優勢上，成功拓展潔品營收，展現亮眼成績單。

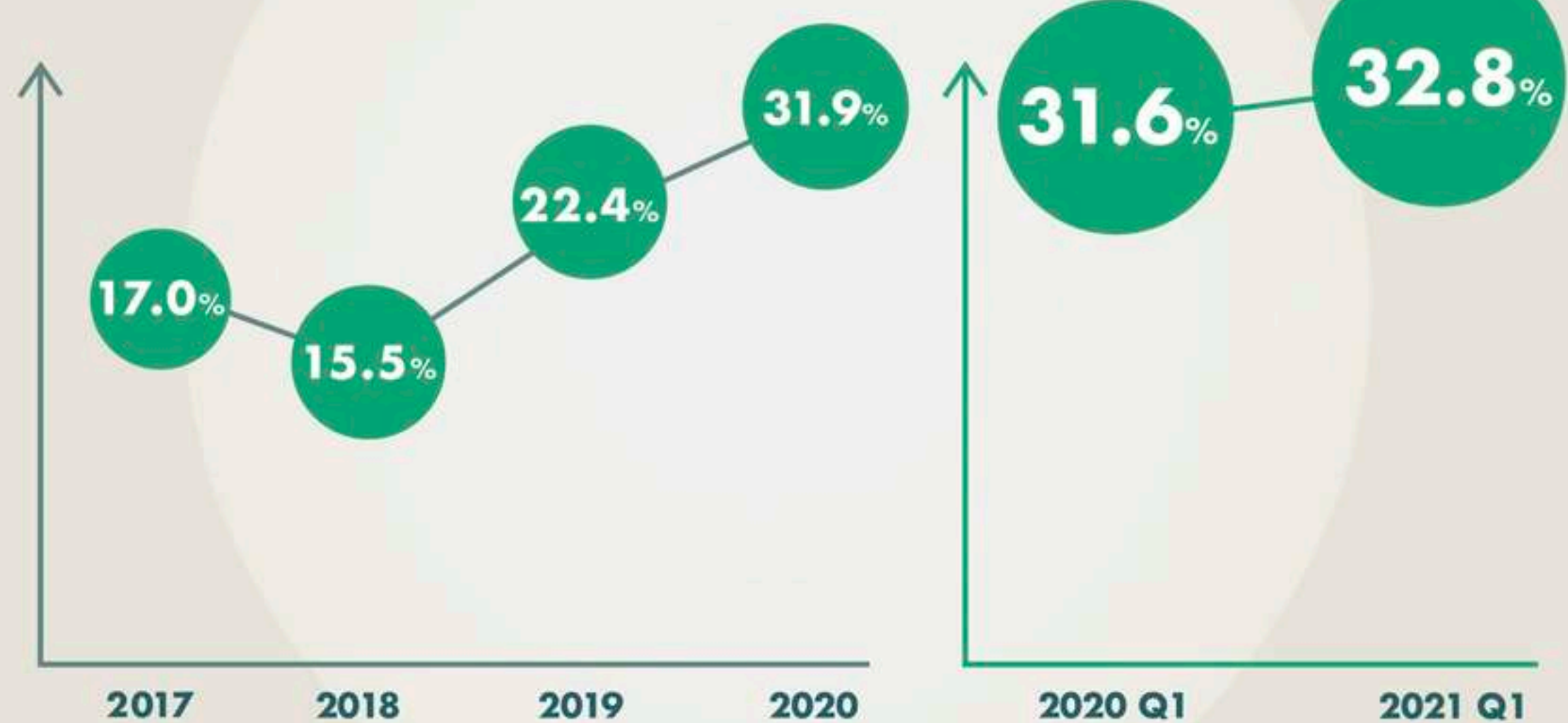
### 紙品

領導品牌之姿，透過產品差異化滿足消費者多樣的需求，成功站穩市佔率。在既有的良好基礎上，持續調整，強化獲利。

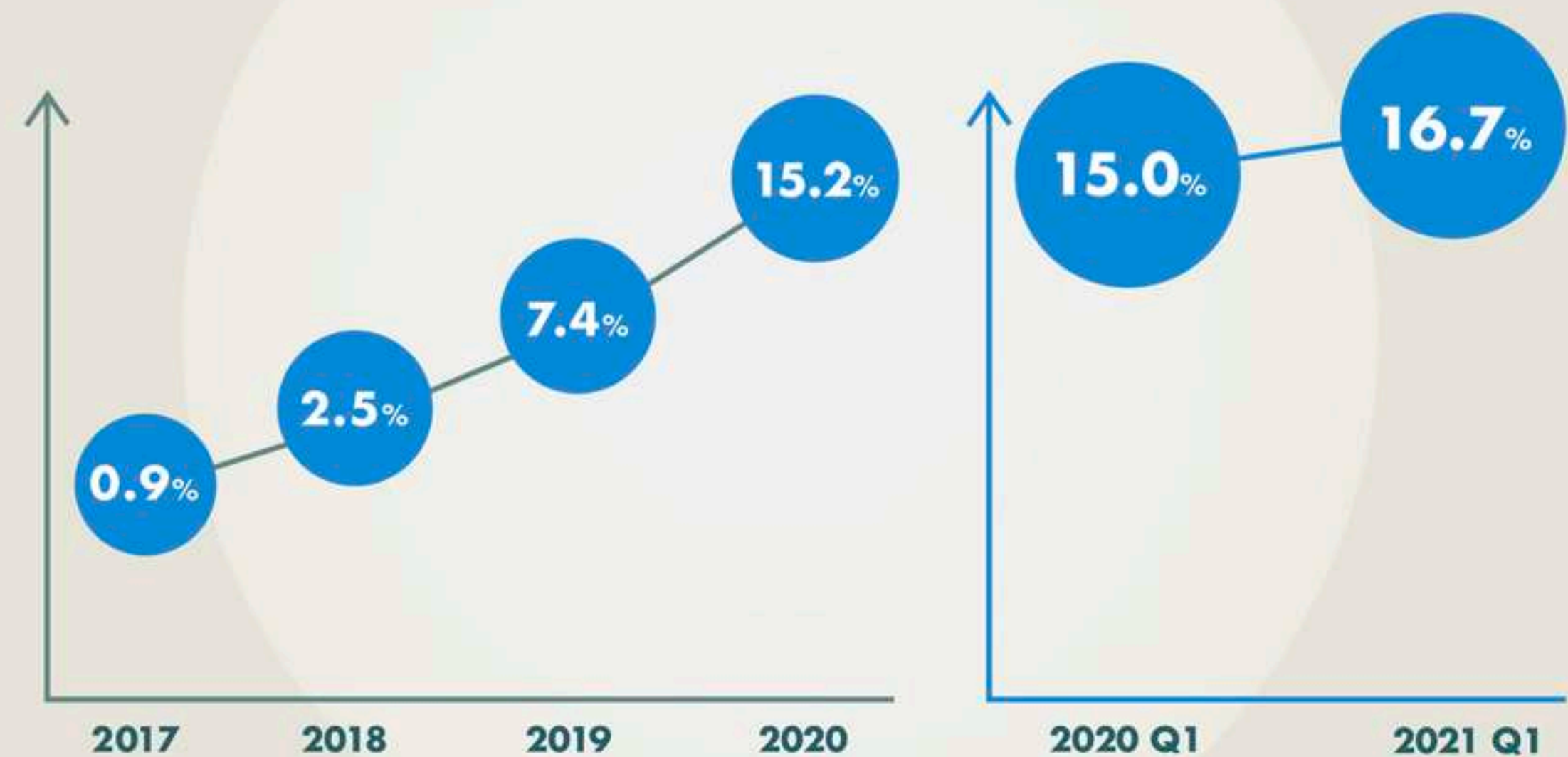


## 獲利指標 持續成長

### 毛利率



### 營業利益率



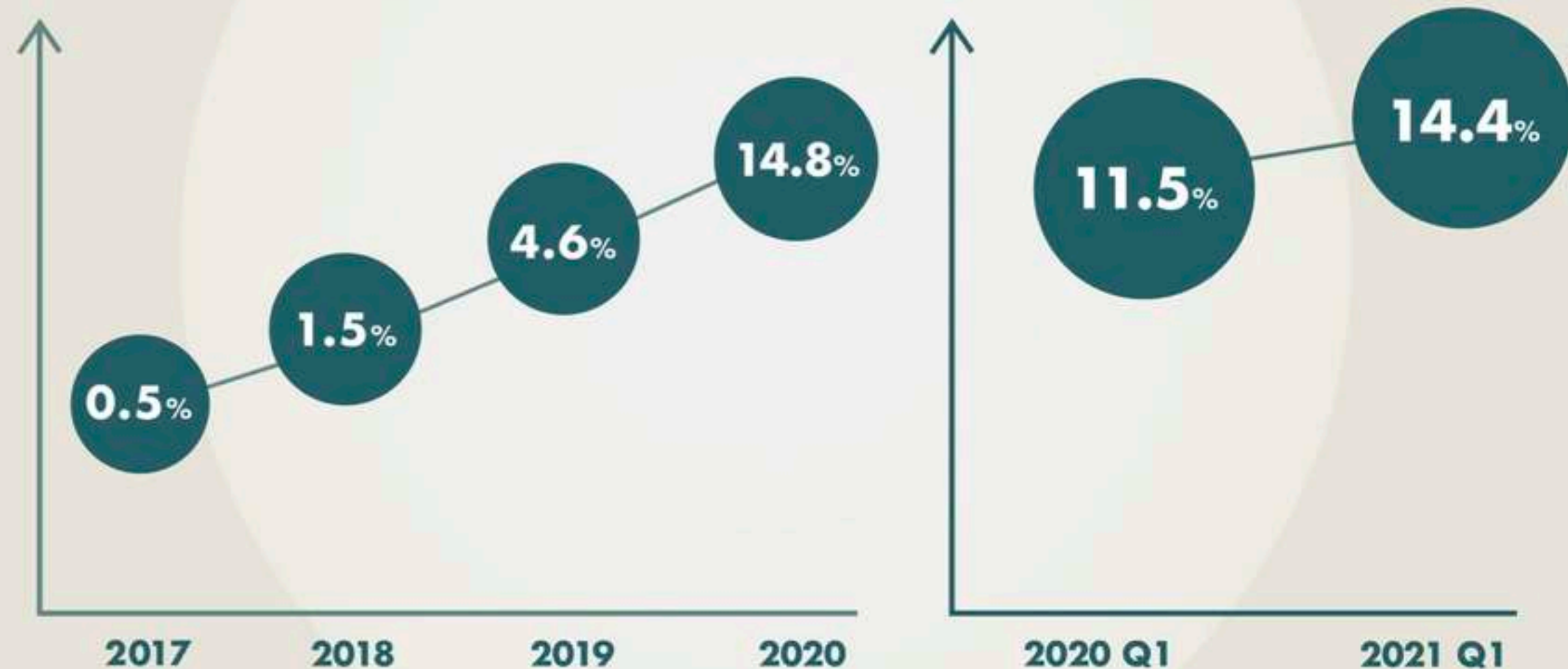
單位 新台幣元

以上指標以合併財報為基礎，每股盈餘則為歸屬於母公司業主之損益

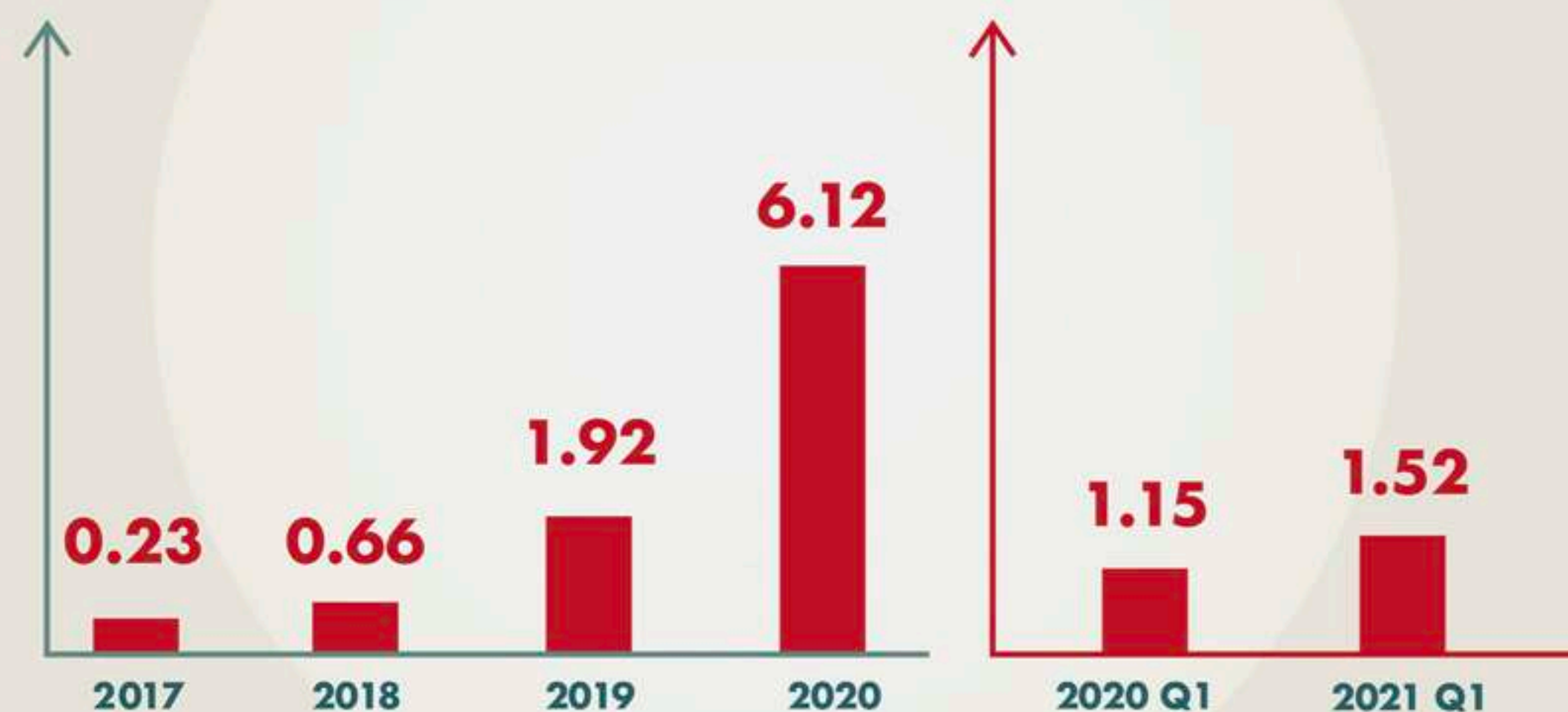


# 獲利指標 持續成長

## 稅後淨利率



## 每股盈餘



單位 新台幣元

以上指標以合併財報為基礎，每股盈餘則為歸屬於母公司業主之損益

01

公司簡介

02

市場分析與  
競爭利基

03

經營績效

04

未來展望

## 未來成長 策略藍圖

永豐實以「提供消費者安心美好的生活」為使命，  
針對消費者不同區隔，創造需求價值

紙品  
抗菌、低敏、機能性

潔品  
制菌防疫商品升級，  
品類擴展

健康天然

熟齡商機

綠色商機

創新綠色商品  
開發綠色包裝運用

開發銀髮族商品，  
個人清潔用品，  
個人保養商品結合集團  
資源開發新品



## 未來成長策略

**聚焦差異化、  
技術優勢、高成長、  
高毛利等品類發展**

建立五月花廚衛專家，  
擴展個人清潔及熟齡商品

**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

**結合策略夥伴合作，  
提升投資效益**

結合零售/商用策略夥伴

**拓展海外市場**

整合兩岸行銷資源、加  
速擴大節品銷售，投資  
進入其他海外潔品市場

**發展潛力潔品**

**聚焦核心品類**

**強化供應鏈  
競爭力**



**感謝您的聆聽**  
**敬請指教**