

 永豐餘消費品實業股份有限公司

YFYCPG

6790 TT

2022年第一季營運績效





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



經營績效重點

2021年合併營收
新台幣98.9億元

2021年合併稅後淨利
新台幣10.7億元

2021年每股盈餘
新台幣4.24元

2020~

2009~2019

2021.09.29 掛牌上市/資本額新台幣26.7億元
2020 推出《橘子工坊》洗淨病毒洗衣精零水洗衣金球

- 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 永昇圍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

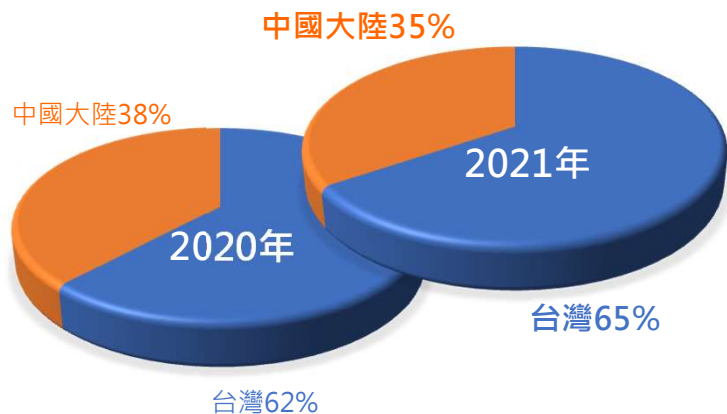
五月花

柔情
Tender

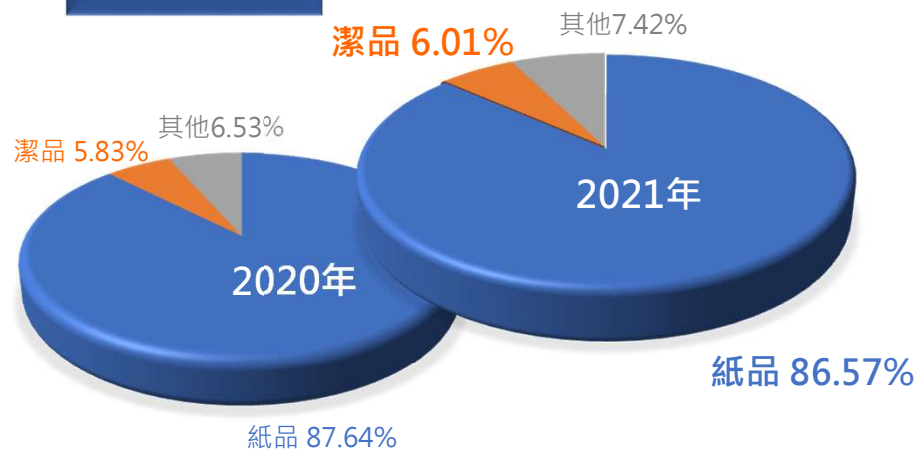


營收組成及獲利指標

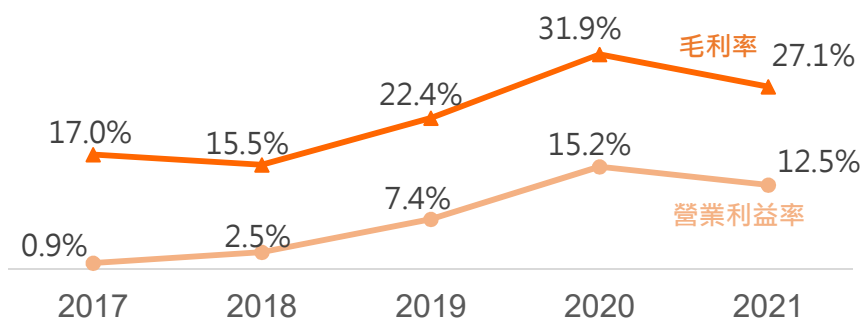
地區別營收



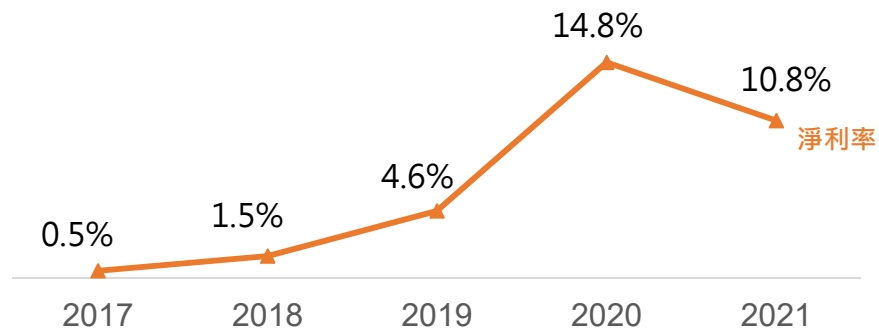
產品別營收



毛利率/營業利益率



淨利率



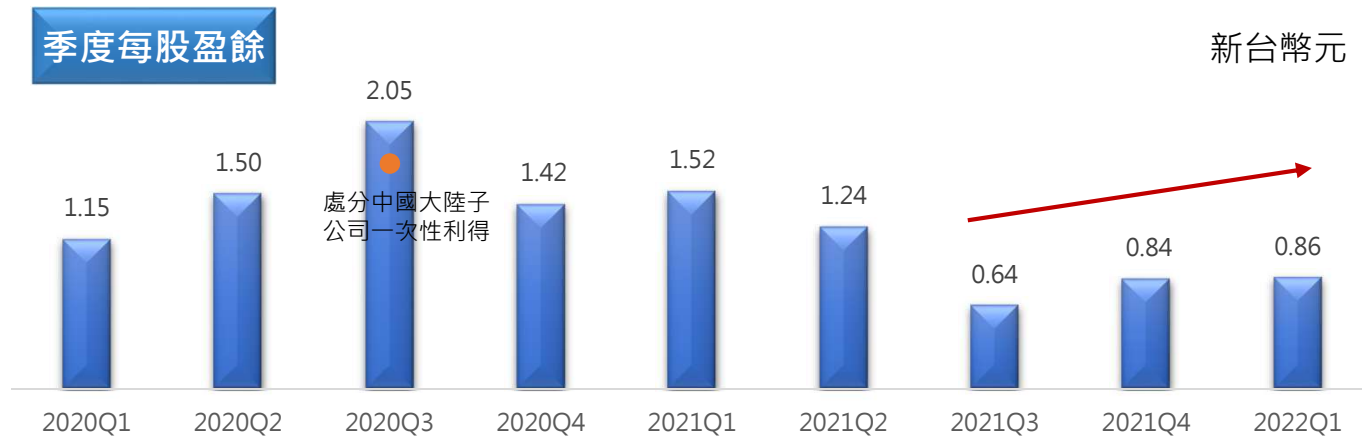
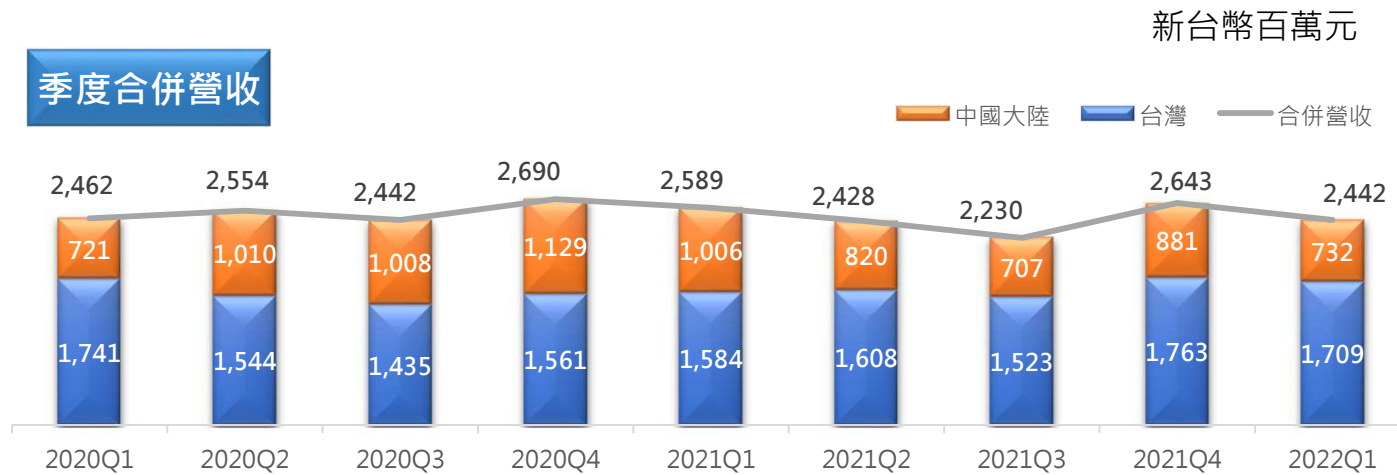
2022Q1合併財務摘要

新台幣仟元

	2021 Q1		2021 Q4		2022 Q1		與上季 比較	與去年同期 比較
	金額	%	金額	%	金額	%		
營業收入	2,589,318	100.0%	2,643,401	100.0%	2,441,558	100.0%	-7.6%	-5.7%
銷貨毛利	849,470	32.8%	620,557	23.5%	650,161	26.6%	4.8%	-23.5%
營業費用	416,045	16.1%	355,014	13.4%	372,360	15.3%	4.9%	-10.5%
營業利益	433,425	16.7%	265,543	10.0%	277,801	11.4%	4.6%	-35.9%
稅前淨利	433,564	16.7%	284,723	10.8%	288,915	11.8%	1.5%	-33.4%
稅後淨利	372,686	14.4%	232,348	8.8%	229,384	9.4%	-1.3%	-38.5%
淨利歸屬於本公司	371,201	14.3%	230,231	8.7%	228,418	9.4%	-0.8%	-38.5%
每股盈餘(元)	1.52		0.84		0.86		+0.02	-0.66

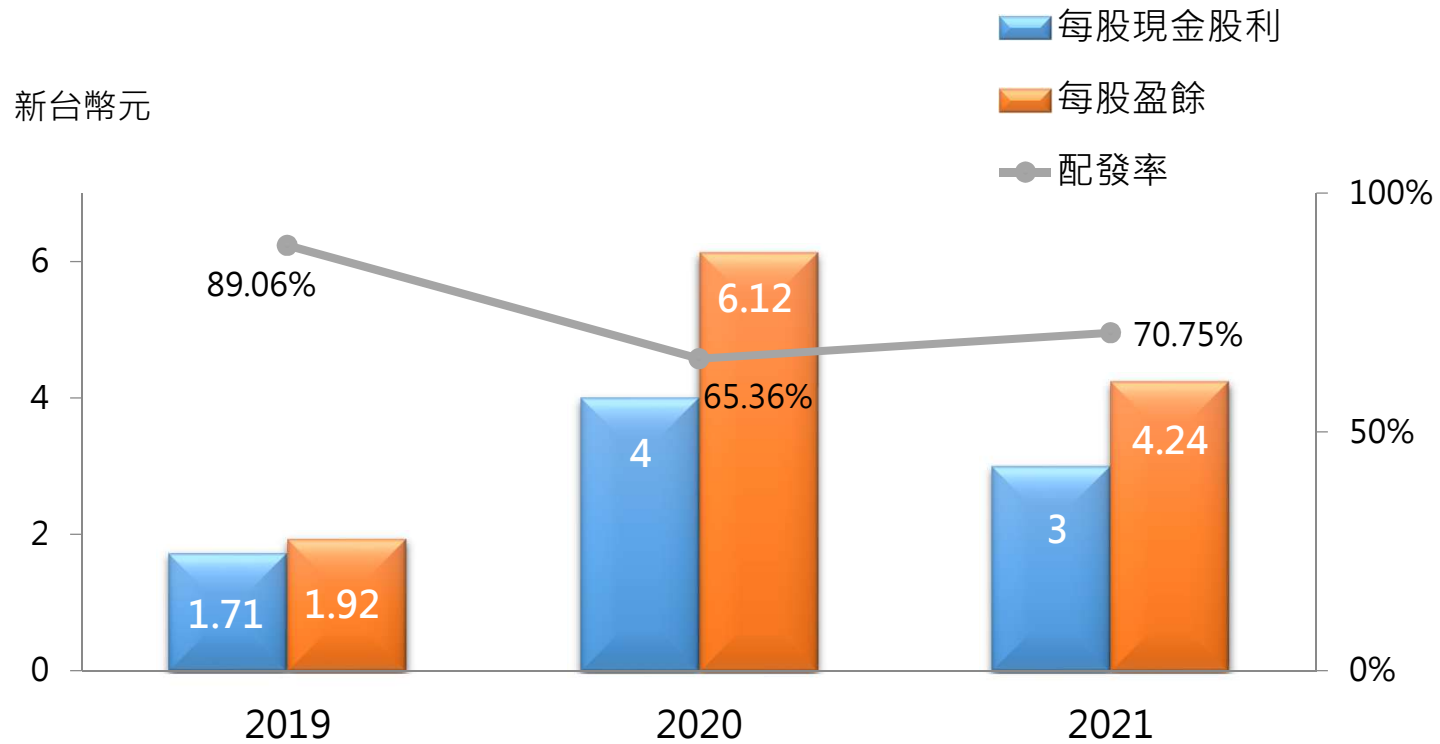
- 2022Q1合併營收較去年同期減少，主要係因中國大陸區受疫情封城管制影響。
- 2022Q1合併稅後淨利較去年同期減少，主要係受原物料及能源價格大幅上漲所致。
- 將持續強化銷售通路與產品組合，優化成本結構以提升獲利。

營收及獲利趨勢



- 今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；透過結構調整，使本季每股盈餘相較前兩季皆成長，維持獲利水準。

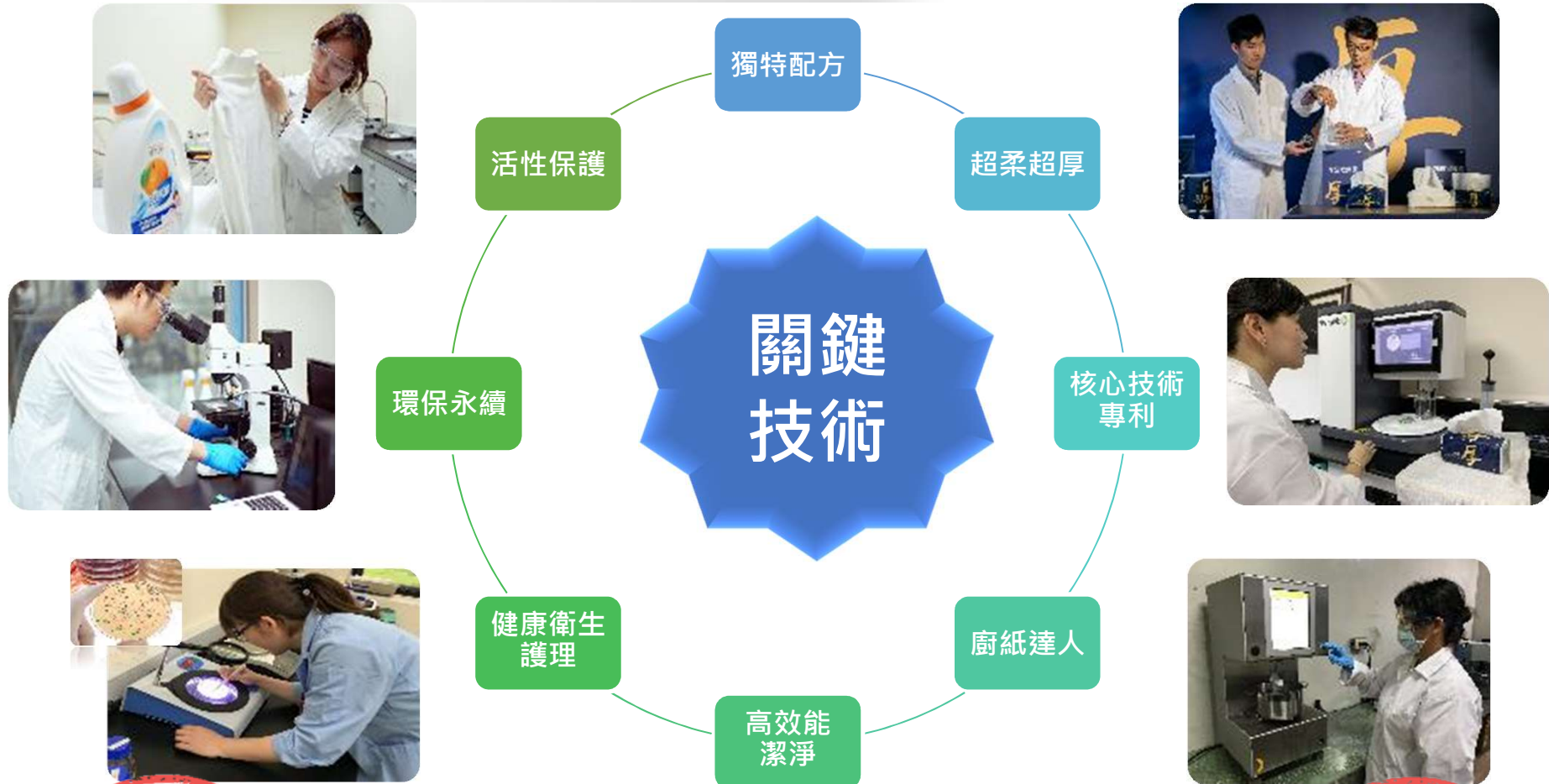
股利配發政策



- 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。

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



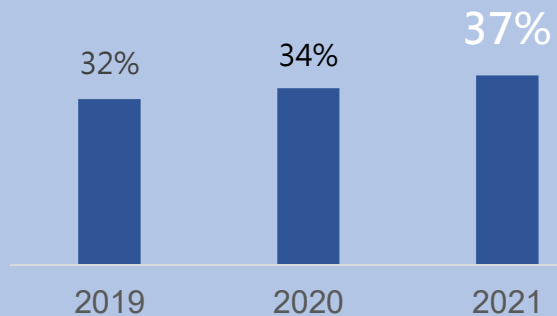
市佔率

深度經營市場
持續站穩領導品牌地位



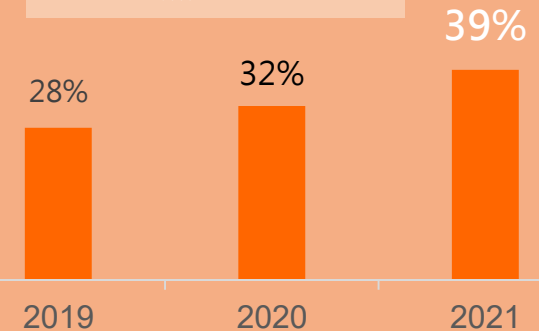
紙品

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

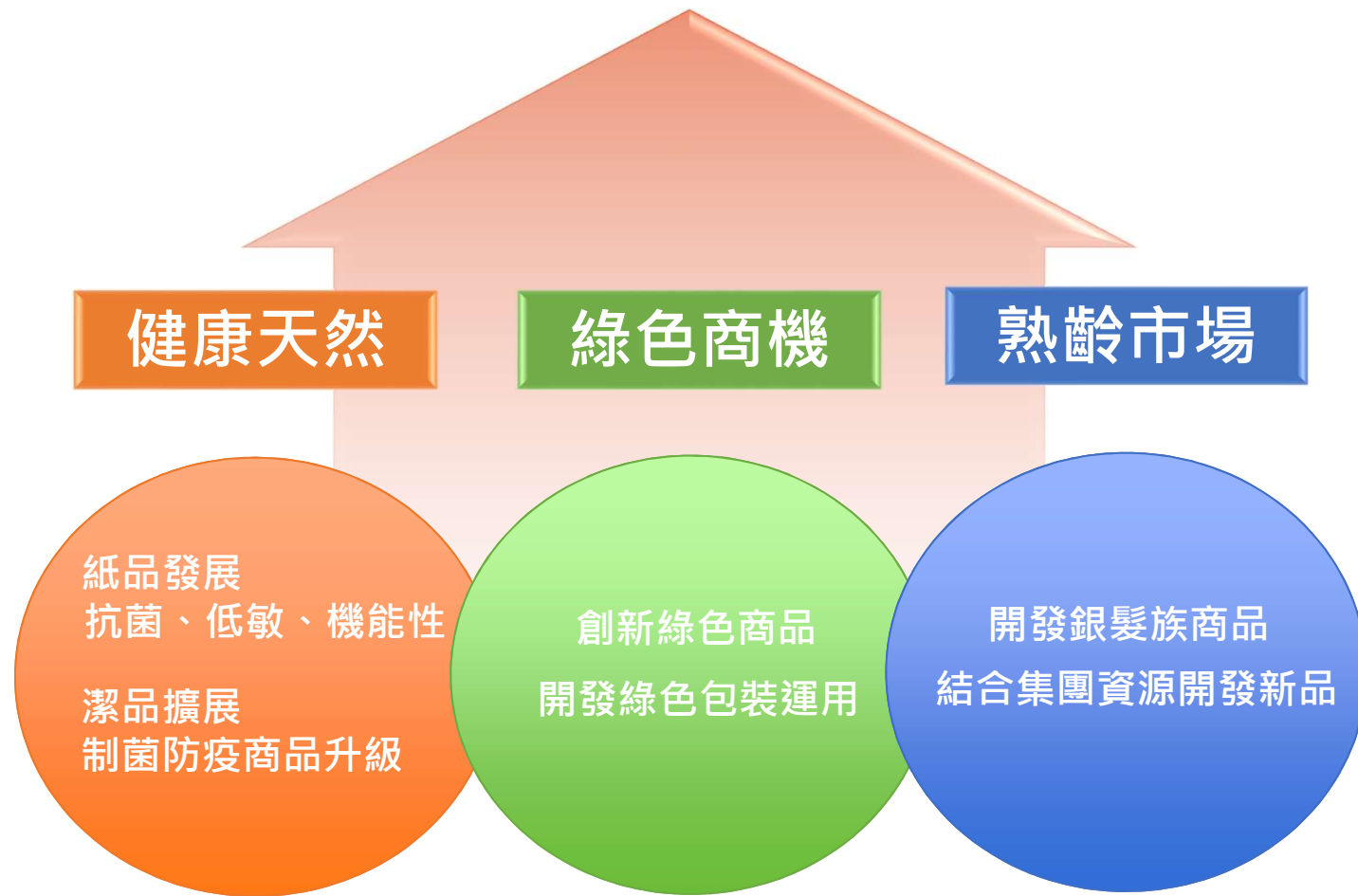


掌握市場趨勢與脈動、持續精耕市場

擁有厚實的財務結構與集團資源整合策略

未來發展焦點

提供消費者健康安心美好的生活



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**

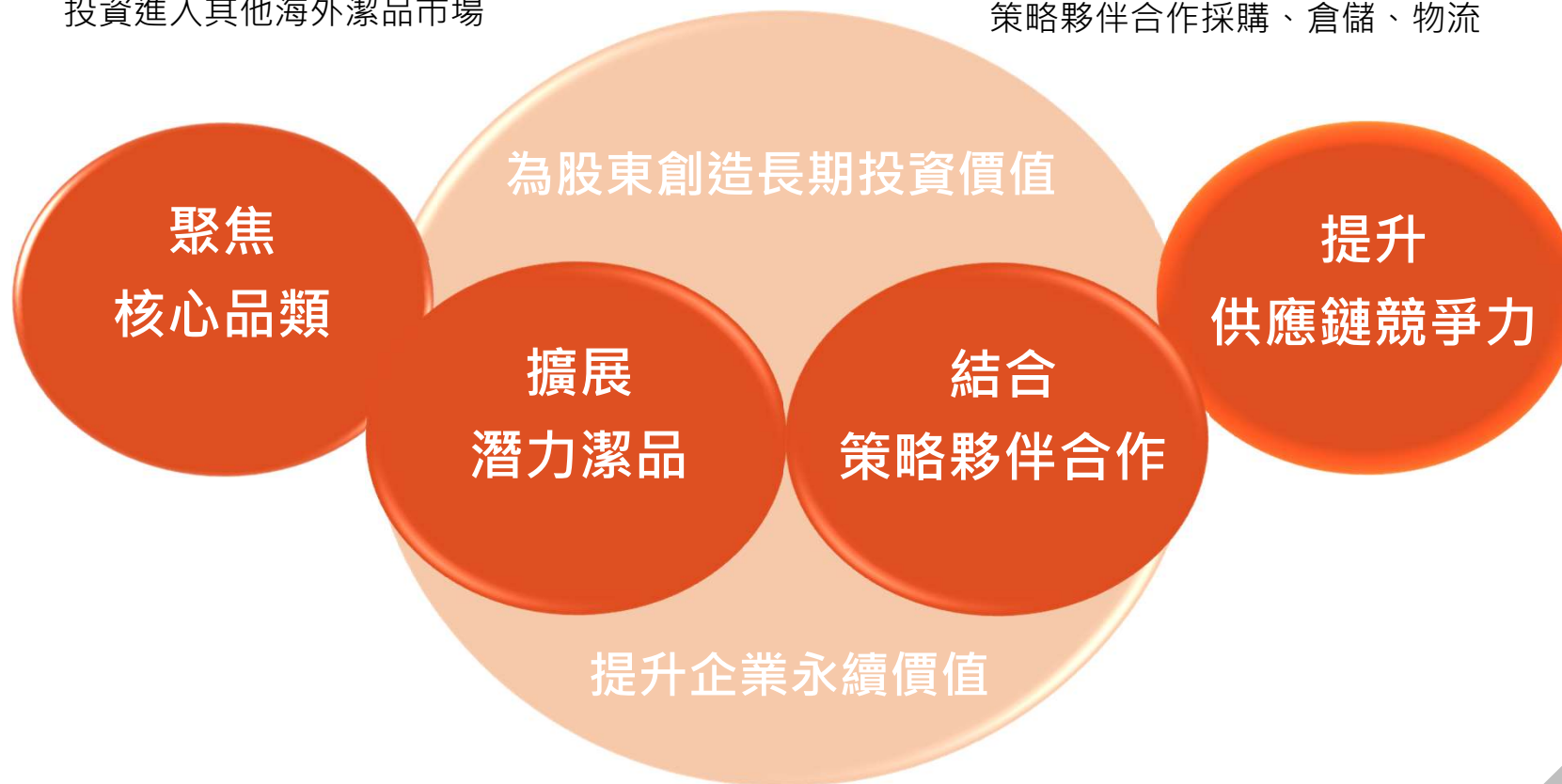
整合兩岸行銷資源、加速擴大潔品銷售
投資進入其他海外潔品市場

- **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

