

6790 TT

 永豐餘消費品實業股份有限公司

2024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



# 歷年營運紀要

2020~



- 2024 納入「臺灣指數公司特選臺灣環境永續高股息指數」成分股，持續提升市場能見度
- 2023 《橘子工坊天然液態洗衣膠囊》· 運用多次方淨化科技，洗淨7大過敏原
- 2022 《五月花厚棒》頂級衛生紙領導者，擴展通路滿足需求  
《五月花極上》雙層衛生紙的極致上品衛生紙  
《橘子工坊》推出溫和除菌與去油淨味洗滌液  
《得意易手抽》抽取式廚紙，開創多用途使用商機  
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

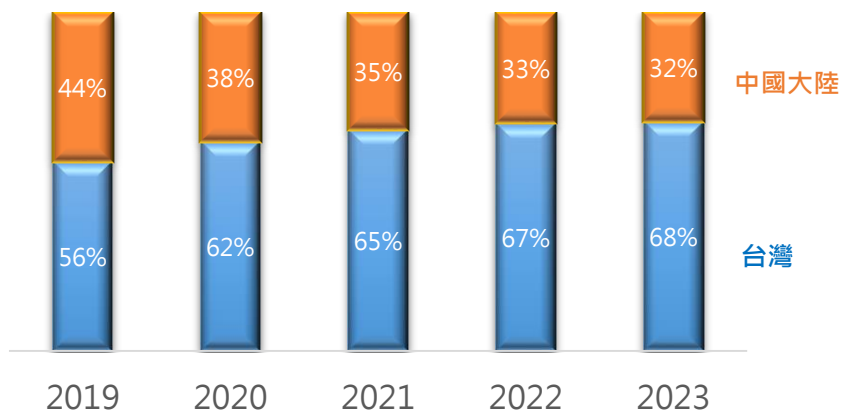
- 2019 領先市場推出《五月花》多層《厚棒》衛生紙
- 2018 《得意》進軍潔品市場
- 2017 永昇圍環保綠建築新廠落成
- 2015 擴增《植淨美》潔品品牌
- 2009 《橘子工坊》正式進軍天然清潔品市場
- 2004 併購P&G清水廠，增加《柔情》、《得意》兩個品牌

1968~1995

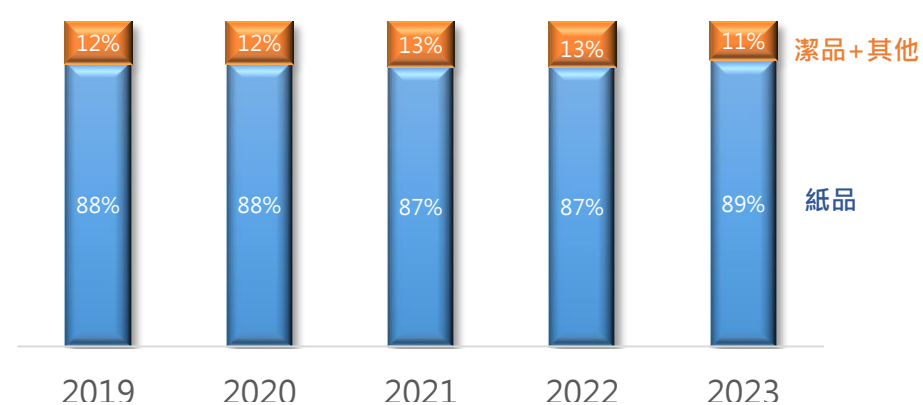
- 1995 進入上海市場，台灣首家在海外擴廠的紙廠
- 1986 永豐餘消費品實業股份有限公司設立完成
- 1972 生產出台灣第一張壓紋衛生紙
- 1968 自創《五月花》衛生紙品牌，成為消費者美好生活的溫柔知己

# 營收組成及獲利指標

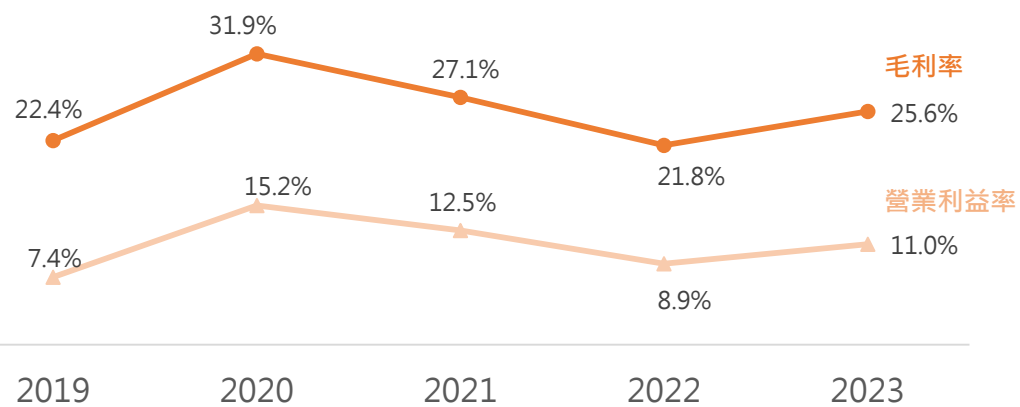
## 地區別營收佔比



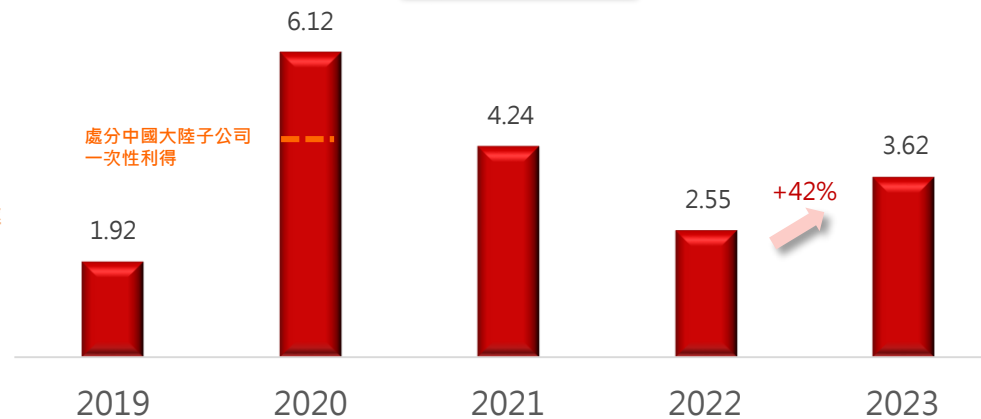
## 產品別營收佔比



## 獲利率



## 每股盈餘



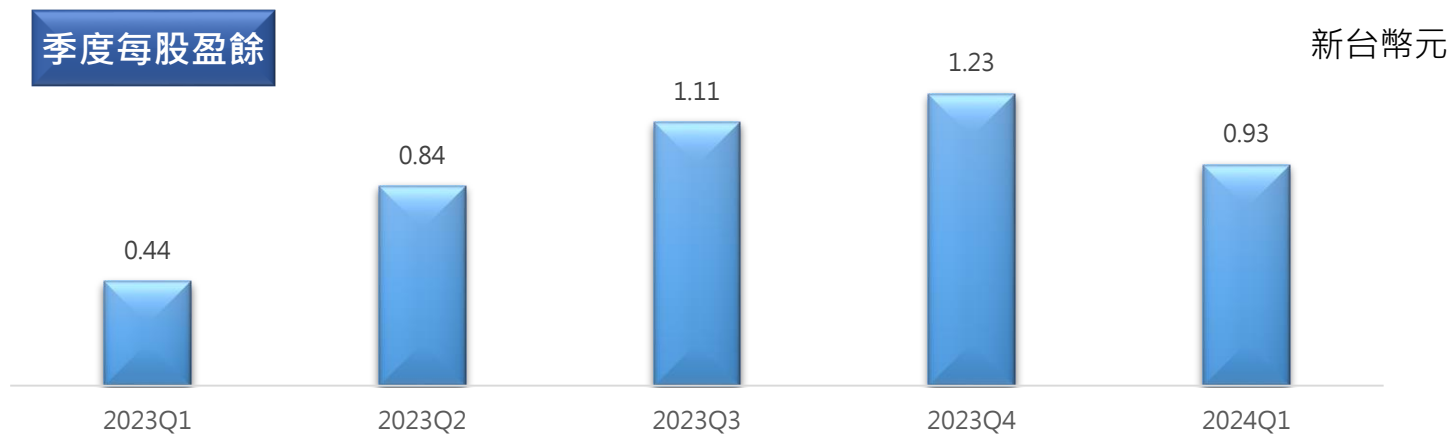
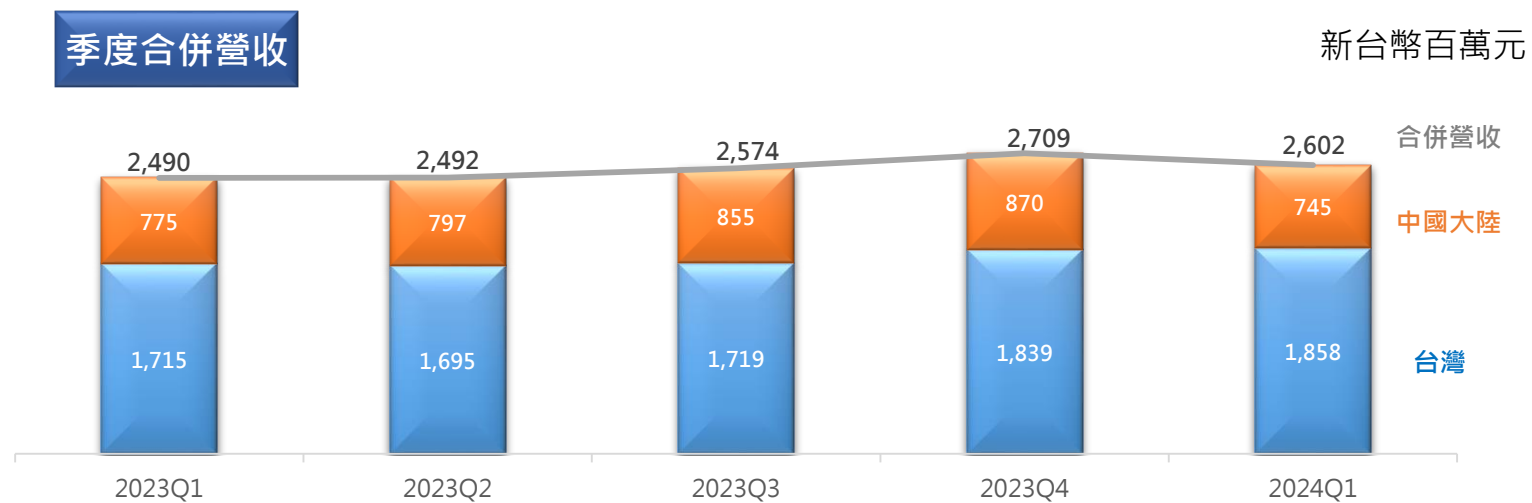
# 2024年第一季合併財報摘要

新台幣仟元

	2023年第一季		2024年第一季		與去年 同期比較
	金額	%	金額	%	
營業收入	2,489,525	100.0%	2,602,460	100.0%	4.5%
<b>銷貨毛利</b>	<b>513,397</b>	<b>20.6%</b>	<b>691,151</b>	<b>26.6%</b>	<b>34.6%</b>
營業費用	367,920	14.8%	376,204	14.5%	2.3%
<b>營業利益</b>	<b>145,477</b>	<b>5.8%</b>	<b>314,947</b>	<b>12.1%</b>	<b>116.5%</b>
業外淨額	15,290	0.6%	-9,106	-0.3%	
稅前淨利	160,767	6.5%	305,841	11.8%	90.2%
稅後淨利	117,956	4.7%	249,371	9.6%	111.4%
<b>淨利歸屬於本公司</b>	<b>117,049</b>	<b>4.7%</b>	<b>248,783</b>	<b>9.6%</b>	<b>112.5%</b>
每股盈餘(元)	0.44		0.93		0.49

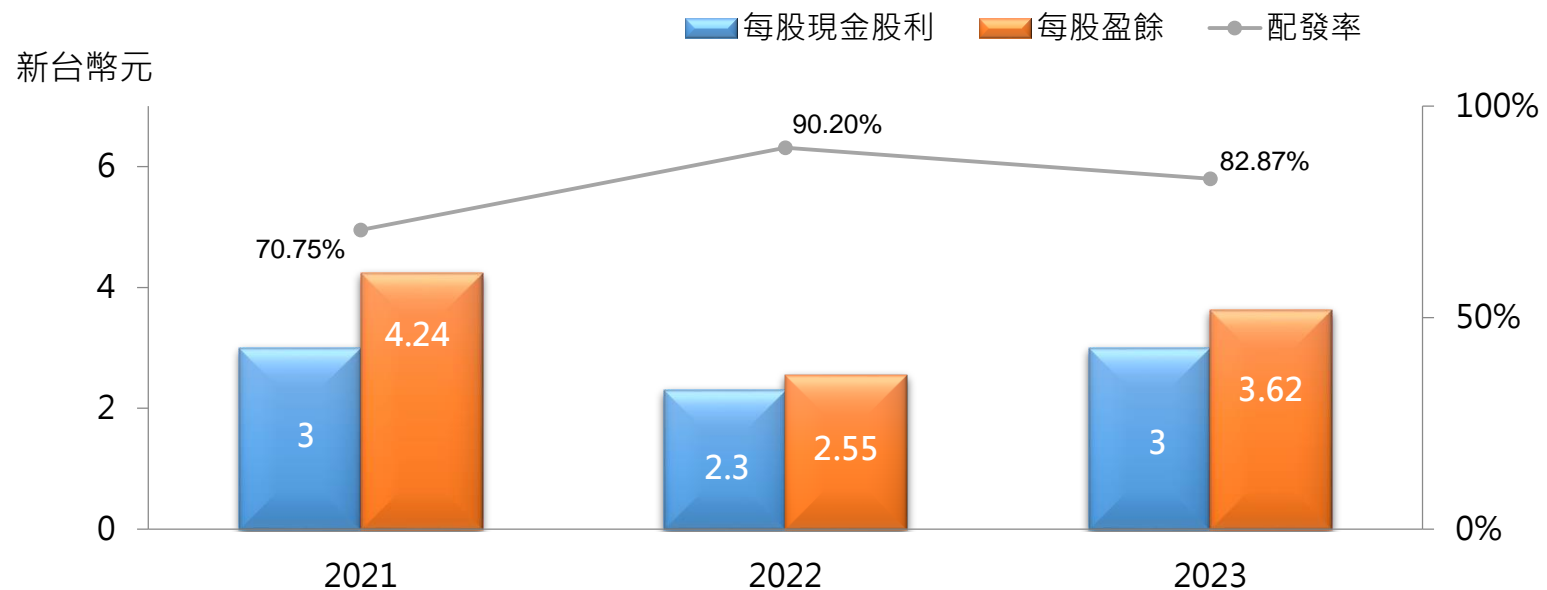
- 2024年第一季合併營收較去年同期增加，主因創新高品質產品深受消費者喜愛，帶動營收成長。
- 2024年第一季淨利歸屬於本公司較去年同期增加，主因產品結構調整，產品品質提升，強化產銷最佳獲利結構，帶動毛利額及營業利益額的成長，致使獲利表現良好。

# 季度營收及獲利趨勢



➤ 持續觀察國際原物料成本走勢，運用創新策略，強化產品組合與優化成本結構，帶動獲利成長。

# 股利配發政策



- 董事會已決議通過配發2023年現金股利為每股3元，將提報2024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。





# 未來展望



# 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

## 紙品

國內抽衛&廚紙市佔率

37%

深度經營市場  
持續站穩領導品牌地位



## 潔品

國內天然潔品市佔率

31%

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

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



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

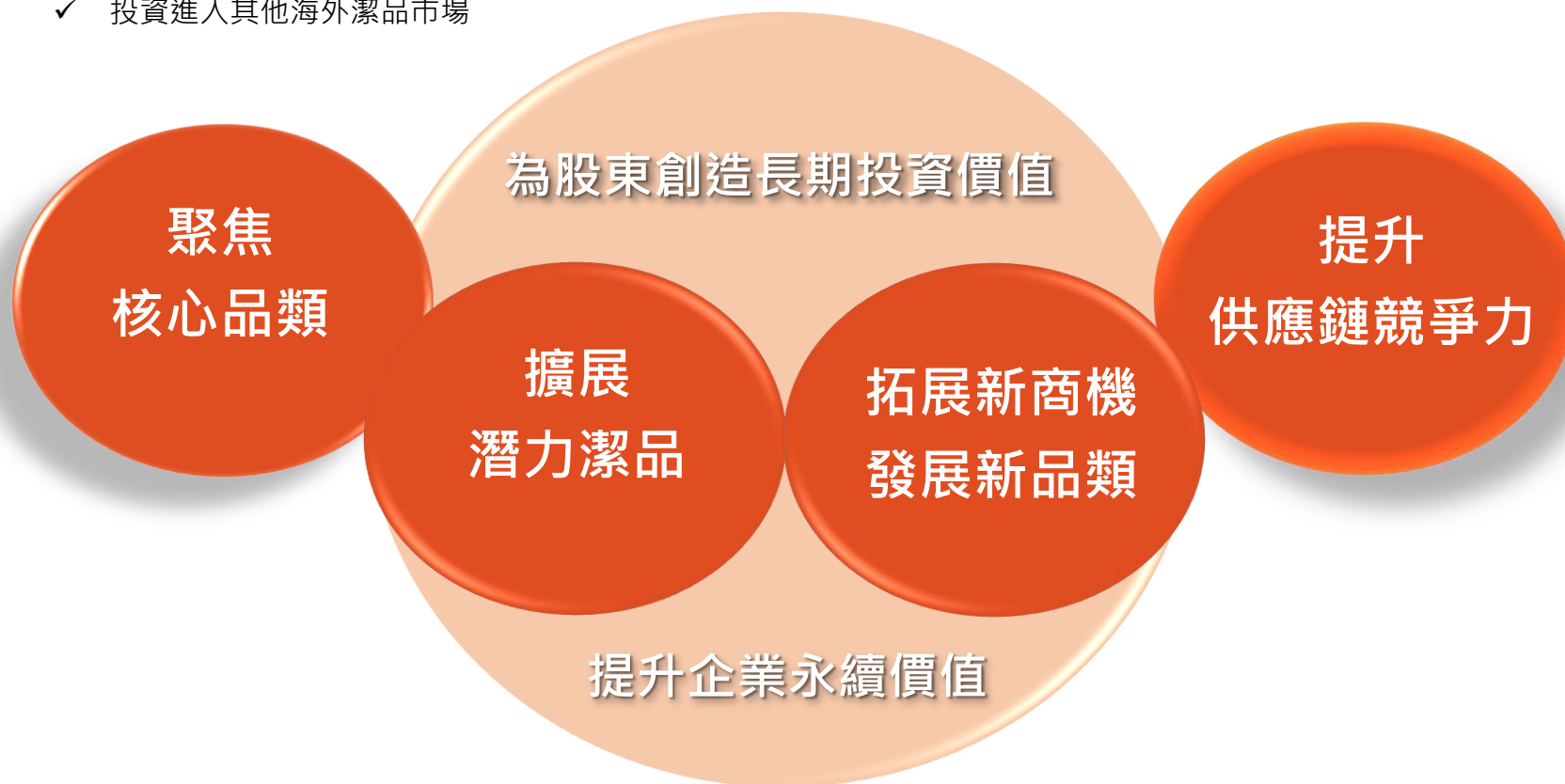
- ✓ 發展主流需求的品牌(例如: 天然安心、香氛療癒), 結合綠色商機, 擴大使用者普及率
- ✓ 整合兩岸行銷資源、加速擴大潔品銷售
- ✓ 投資進入其他海外潔品市場

## • 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

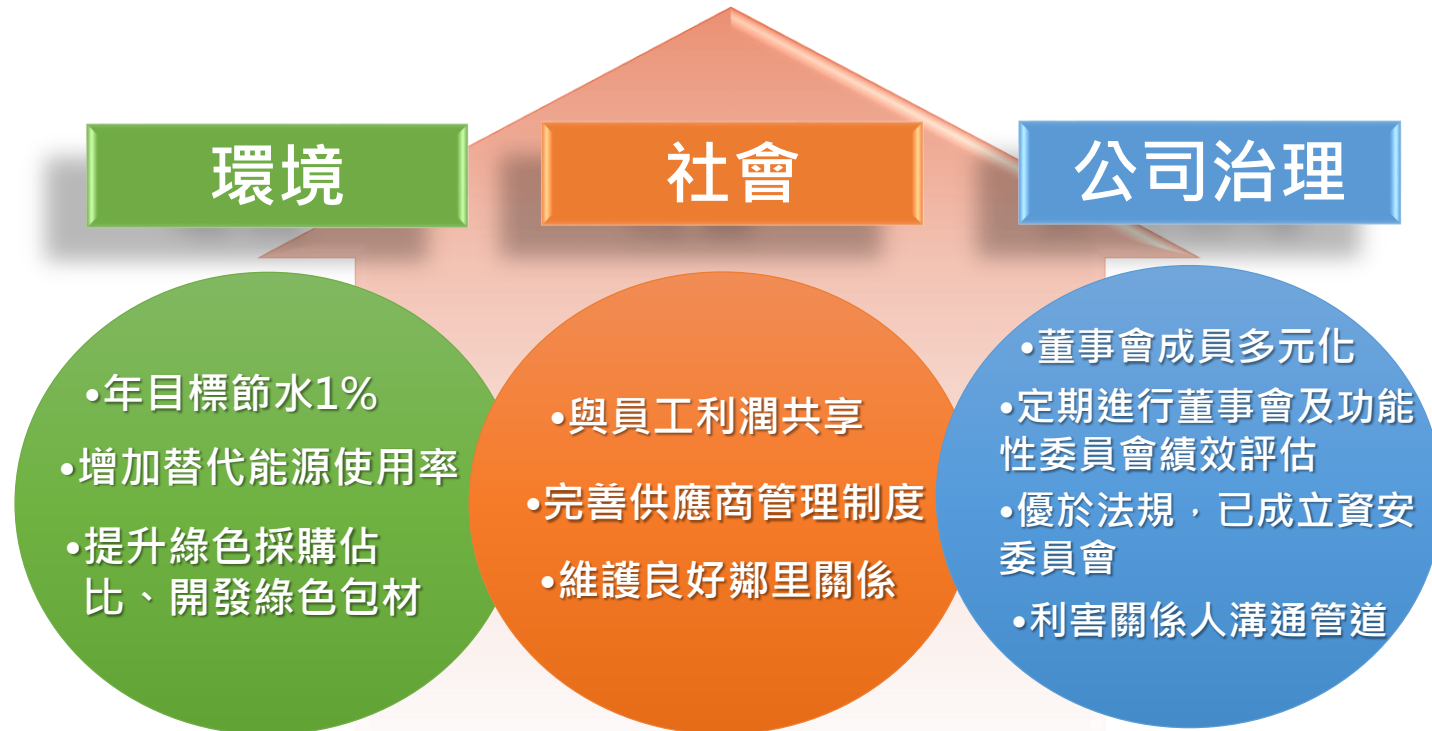
## • 提升生產供應鏈競爭力

- ✓ 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

- 永豐實2022年永續報告書依循TCFD及SASB國際準則，並通過BSI Taiwan 外部保證
- 第三度蟬聯《HR Asia》2023年「亞洲最佳企業雇主獎」
- 榮獲2023年第十六屆TCSA台灣企業永續獎「永續報告獎-製造業-第1類銀級」及「台灣永續企業績優獎」
- 榮獲環保署頒發第4屆國家企業環保獎銅級獎
- 榮獲環保署頒發2022年度臺灣資源循環績優企業循環組銀質獎
- 榮獲2022年度台灣永續評鑑全市場及友善環境組前25%績優公司



提供消費者健康安心美好的生活



**Thank you**