

6790 TT

 永豐餘消費品實業股份有限公司

2024年前三季營運績效



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



首創全紙包裝



2020~

- 2024 《五月花厚棒經典全紙抽取式衛生紙》首創全紙包裝，永續循環友善環境
《橘子工坊制菌去味洗衣精與洗衣膠囊》運用科技，真正洗淨臭味
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

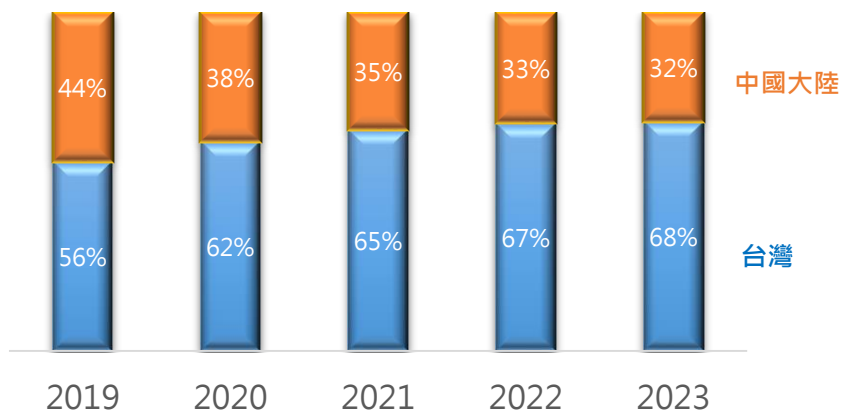
- 2019 領先市場推出《五月花》多層《厚棒》衛生紙
- 2018 《得意》進軍潔品市場
- 2017 永昇圍環保綠建築新廠落成
- 2015 擴增《植淨美》潔品品牌
- 2009 《橘子工坊》正式進軍天然清潔品市場
- 2004 併購P&G清水廠，增加《柔情》、《得意》兩個品牌

1968~1995

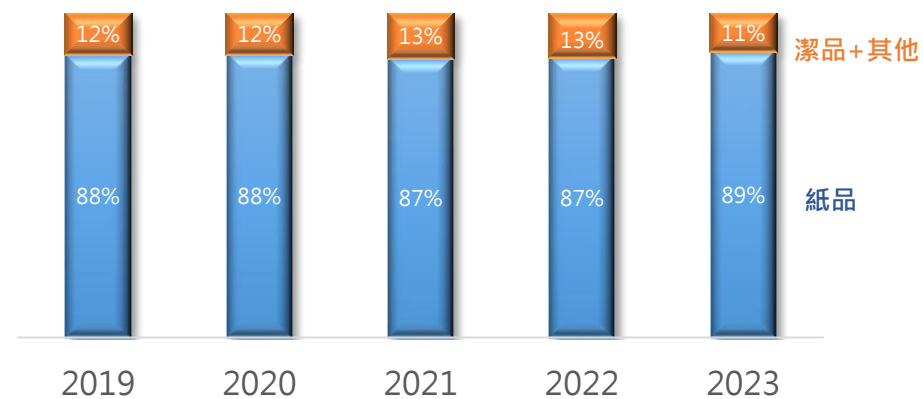
- 1995 進入上海市場，台灣首家在海外擴廠的紙廠
- 1986 永豐餘消費品實業股份有限公司設立完成
- 1972 生產出台灣第一張壓紋衛生紙
- 1968 自創《五月花》衛生紙品牌，成為消費者美好生活的溫柔知己

營收組成及獲利指標

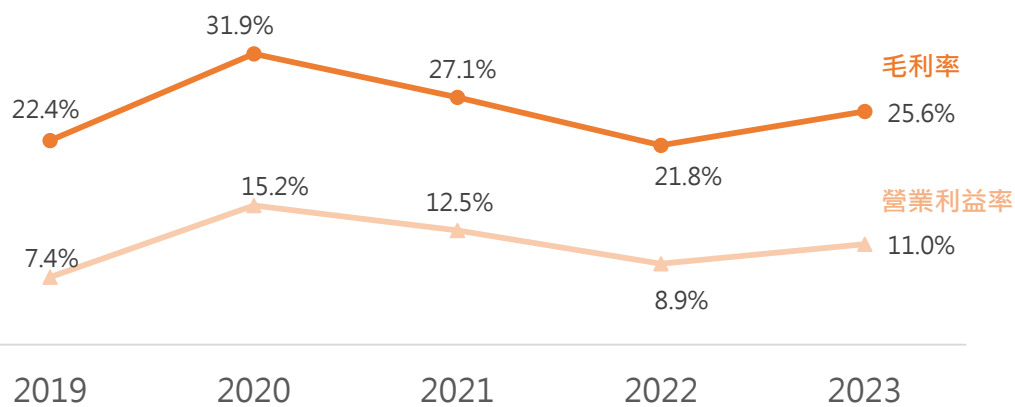
地區別營收佔比



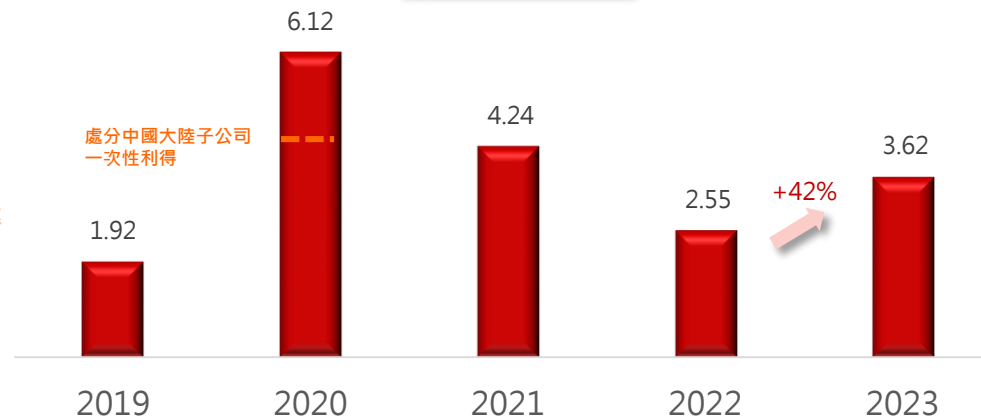
產品別營收佔比



獲利率



每股盈餘



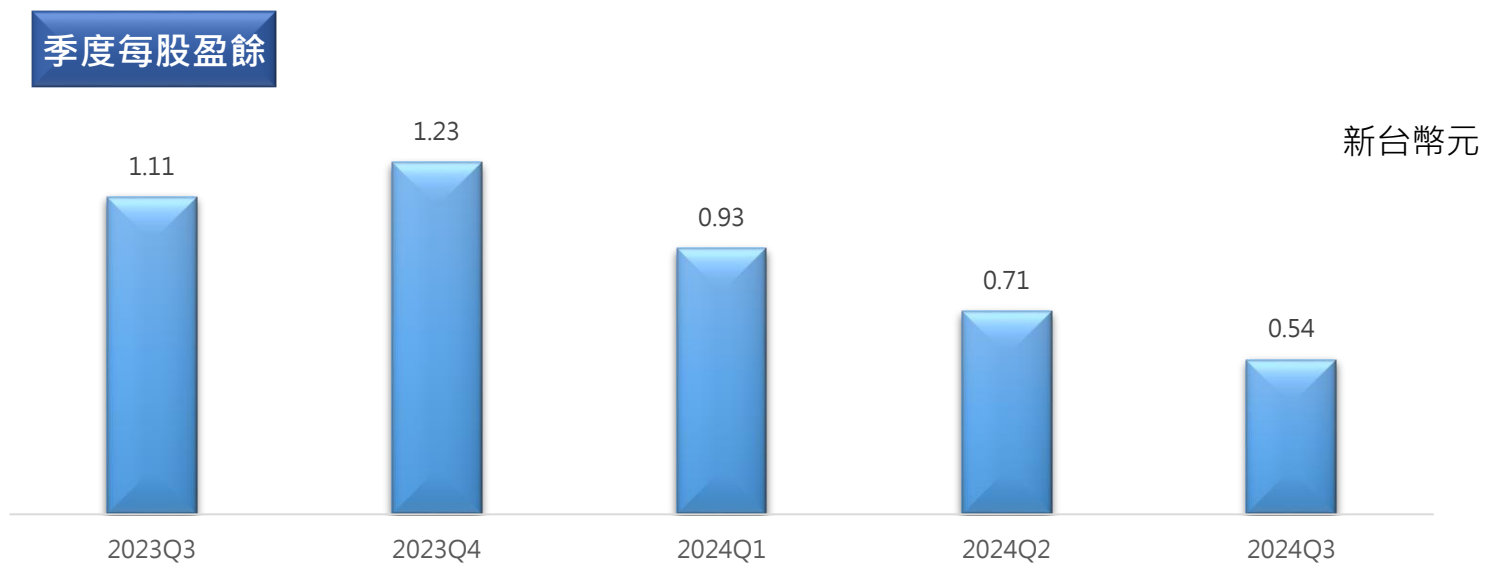
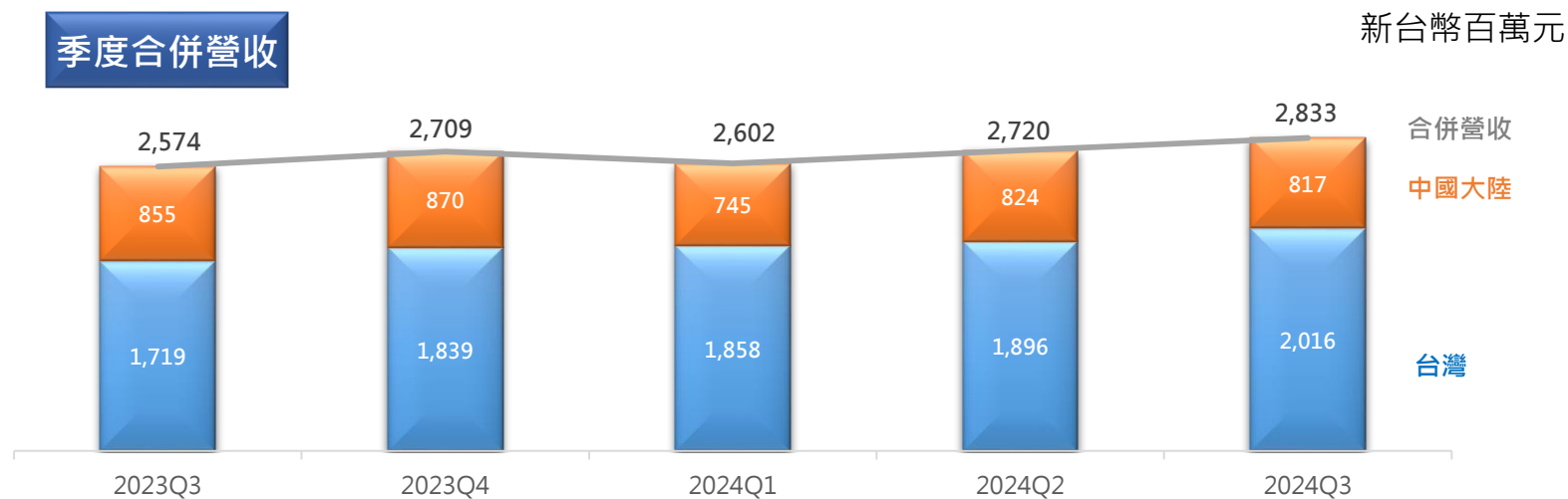
2024年前三季度合併財報摘要

新台幣仟元

	2023年前三季度		2024年前三季度		與去年同期比較
	金額	%	金額	%	
營業收入	7,555,503	100.0%	8,154,805	100.0%	7.9%
銷貨毛利	1,876,726	24.8%	1,875,143	23.0%	-0.1%
營業費用	1,126,623	14.9%	1,165,682	14.3%	3.5%
營業利益	750,103	9.9%	709,461	8.7%	-5.4%
業外淨額	54,751	0.7%	28,407	0.3%	-48.1%
稅前淨利	804,854	10.7%	737,868	9.0%	-8.3%
稅後淨利	642,623	8.5%	585,843	7.2%	-8.8%
淨利歸屬於本公司	638,006	8.4%	581,528	7.1%	-8.9%
每股盈餘(元)	2.39		2.18		-0.21

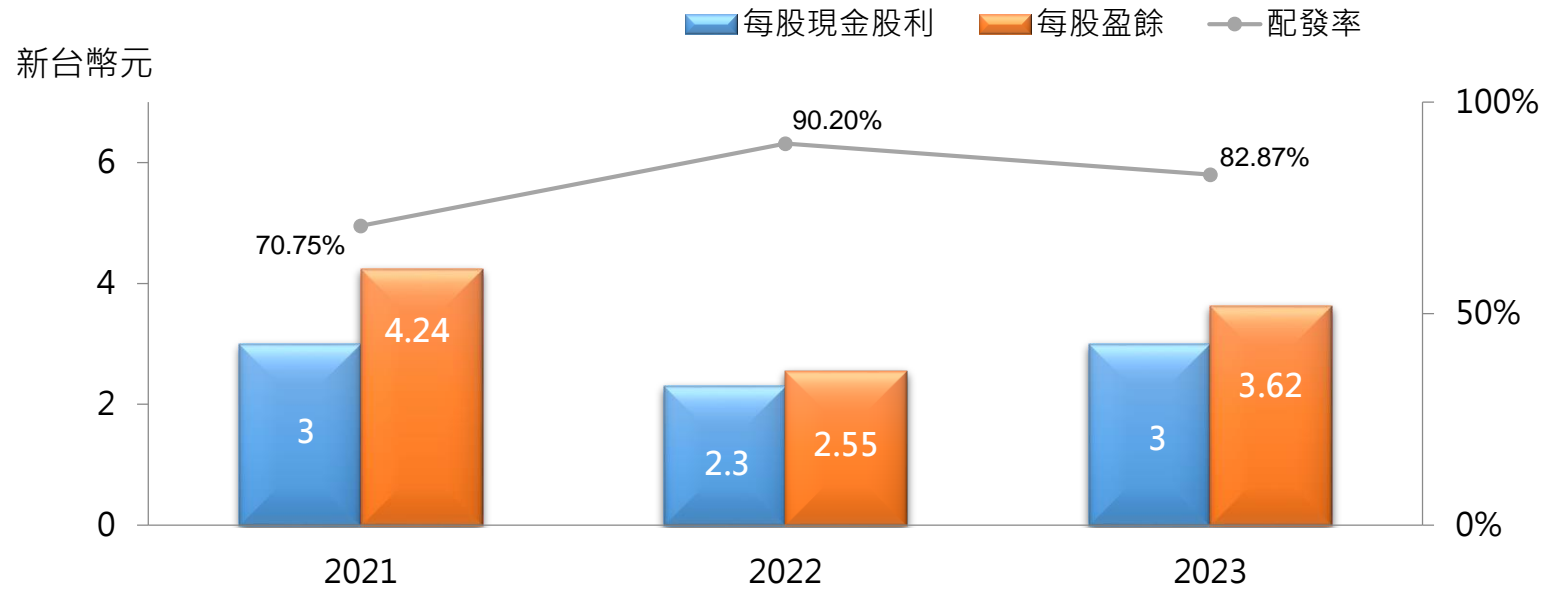
- 2024年前三季度合併營收較去年同期增加，主因創新高品質產品深受消費者喜愛，帶動營收成長。
- 2024年前三季度淨利歸屬於本公司較去年同期減少，主要是受原物料成本產生波動所致。

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



- 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

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

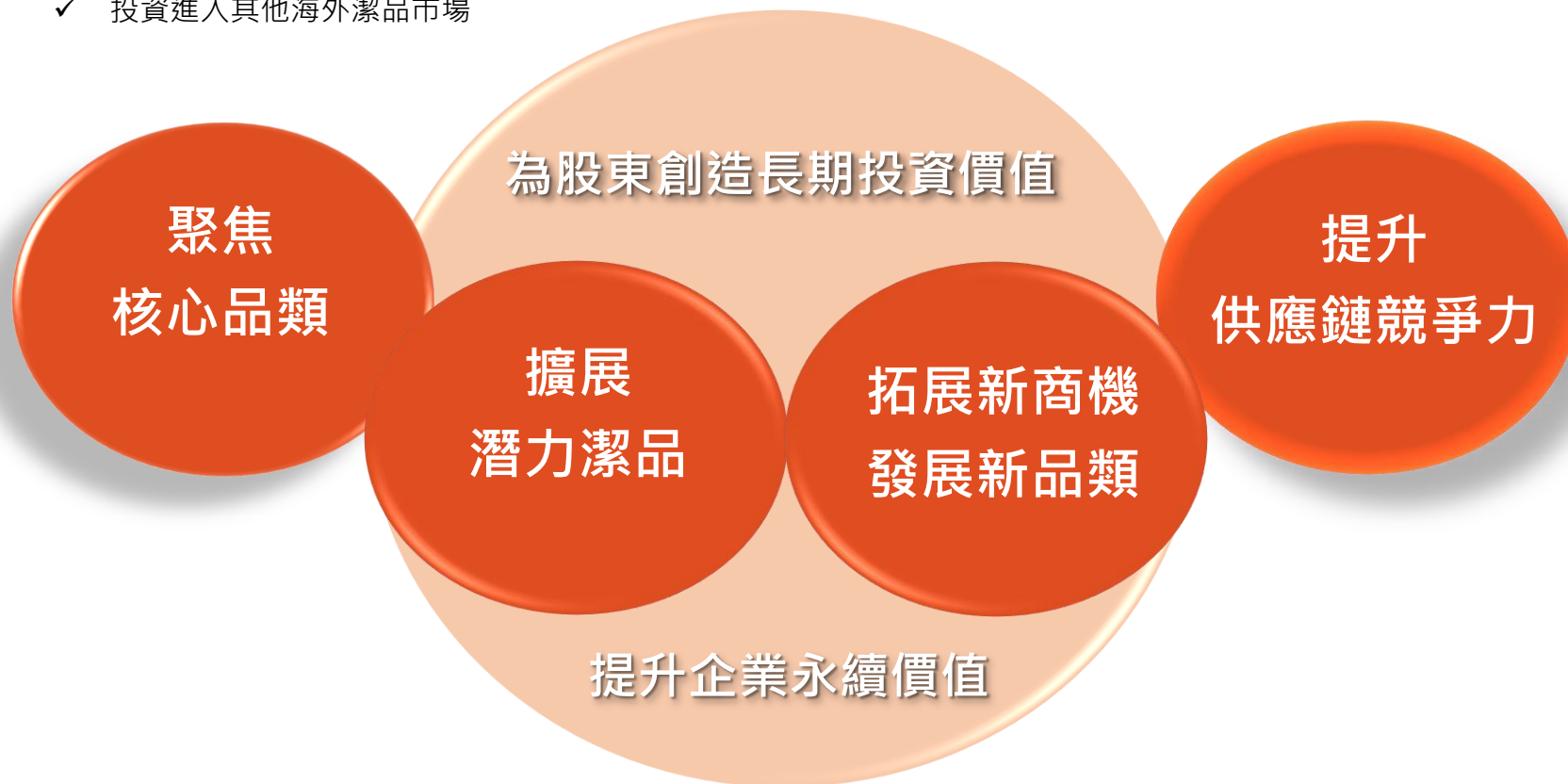
- ✓ 發展主流需求的品牌(例如: 天然安心、香氛療癒), 結合綠色商機, 擴大使用者普及率
- ✓ 整合兩岸行銷資源、加速擴大潔品銷售
- ✓ 投資進入其他海外潔品市場

• 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

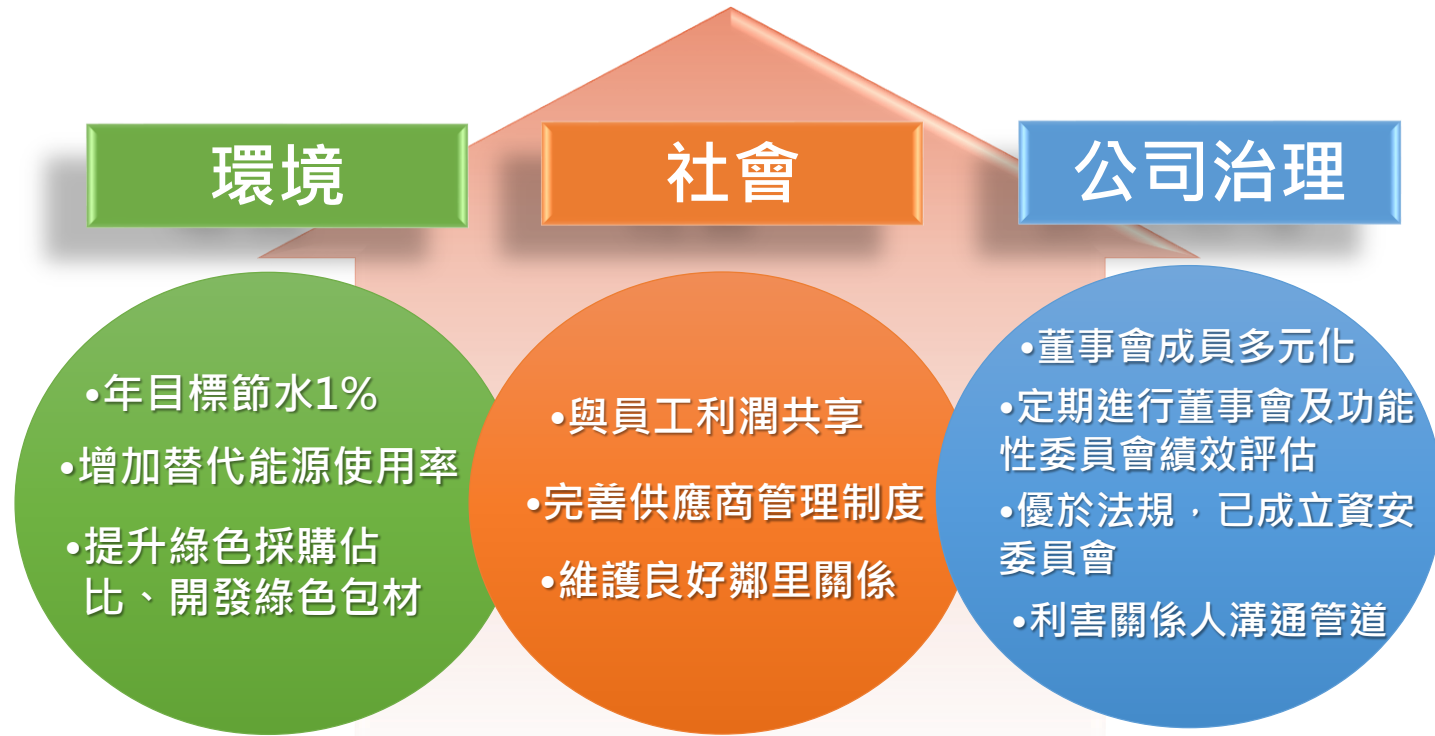
• 提升生產供應鏈競爭力

- ✓ 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2023年永續報告書依循TCFD及SASB國際準則，並通過BSI Taiwan 外部保證
- 第四度蟬聯《HR Asia》2024年「亞洲最佳企業雇主獎」
- 榮獲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