

6790 TT

 永豐餘消費品實業股份有限公司

2024年營運績效





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~



- 2025 《橘子工坊無香精三合一酵素洗碗錠》
無香精、無有害物質，有效瓦解碗盤汙垢，各種洗碗機型都適用
- 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
- 2020 推出《橘子工坊》洗淨病毒洗衣精零水洗衣金球

2009~2019



首創全紙包裝

- 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

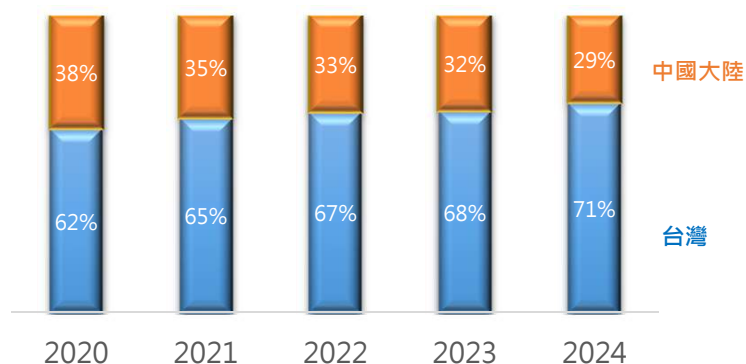
1968~1995



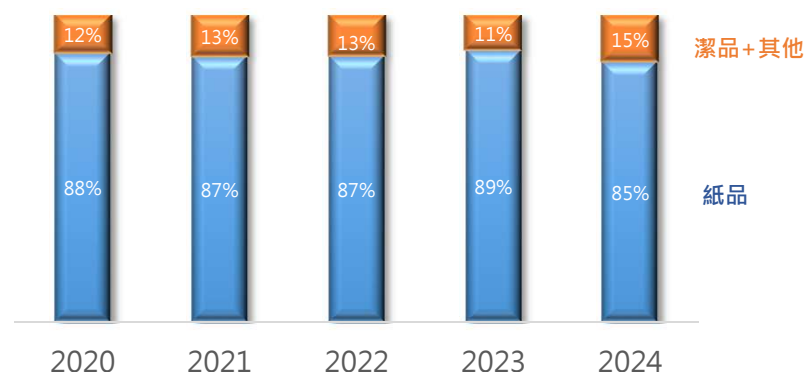
- 1995 進入上海市場，台灣首家在海外擴廠的紙廠
- 1986 永豐餘消費品實業股份有限公司設立完成
- 1972 生產出台灣第一張壓紋衛生紙
- 1968 自創《五月花》衛生紙品牌，成為消費者美好生活的溫柔知己

營收組成及獲利指標

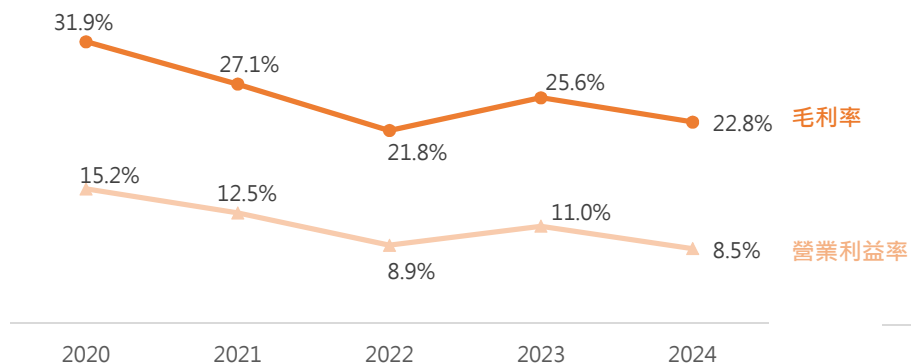
地區別營收佔比



產品別營收佔比



獲利率



每股盈餘



2024年合併財報摘要

新台幣仟元

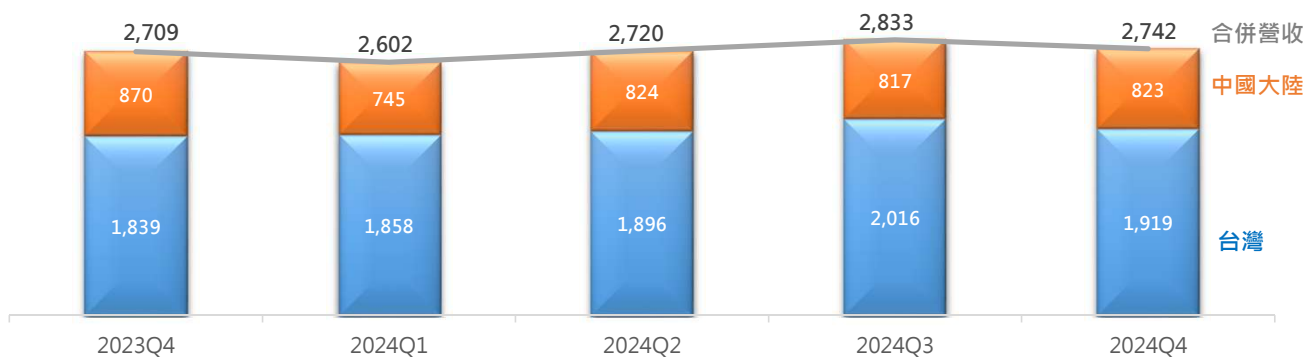
	2023年		2024年		與去年 同期比較
	金額	%	金額	%	
營業收入	10,264,803	100.0%	10,896,652	100.0%	6.2%
銷貨毛利	2,623,345	25.6%	2,484,227	22.8%	-5.3%
營業費用	1,493,407	14.5%	1,561,780	14.3%	4.6%
營業利益	1,129,938	11.0%	922,447	8.5%	-18.4%
業外淨額	77,038	0.8%	25,625	0.2%	-66.7%
稅前淨利	1,206,976	11.8%	948,072	8.7%	-21.5%
稅後淨利	971,601	9.5%	749,840	6.9%	-22.8%
淨利歸屬於本公司	965,992	9.4%	743,113	6.8%	-23.1%
每股盈餘(元)	3.62		2.78		-0.84

- 2024年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

季度合併營收

新台幣百萬元



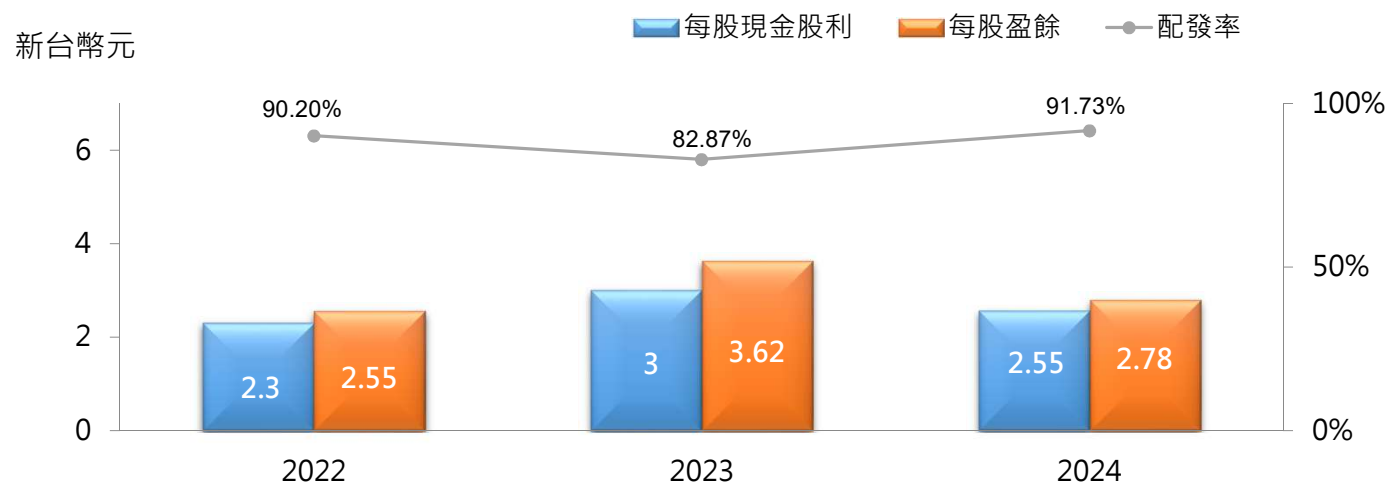
季度每股盈餘

新台幣元



➤ 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2024年現金股利為每股2.55元，將提報2025年股東常會。
- 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。



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



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



通路優勢



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

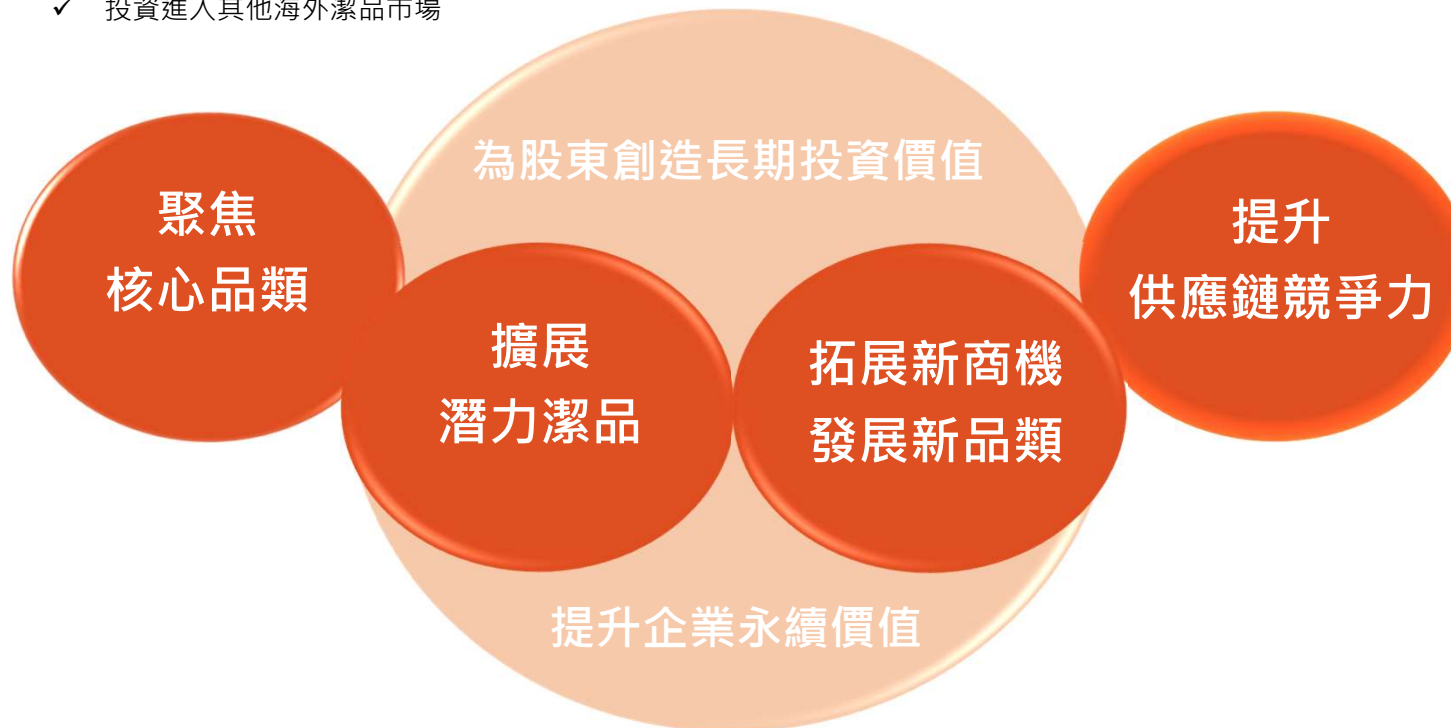
- ✓ 發展主流需求的品牌(例如: 天然安心、香氛療癒)，結合綠色商機，擴大使用者普及率
- ✓ 整合兩岸行銷資源、加速擴大潔品銷售
- ✓ 投資進入其他海外潔品市場

• 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

安心健康的美好生活

E

守護環境

- 致力資源管理
- 減少溫室氣體排放並增加替代能源使用率
- 使用對環境友善的原物料

S

共創美好生活

- 打造重視員工的幸福職場
- 與社會共生共榮
- 倡議Good Life Goals

G

推動永續經營

- 以永續為核心的永續管理
- 定期進行董事會及功能性委員會績效評估
- 陸續成立法定之外的功能性委員會

- 參與 CDP 氣候變遷問卷，獲「氣候變遷」B管理等級肯定
- 重視智慧財產權，提升專利品質及研發效能，2024年通過TIPS A級認證
- 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「永續報告書—第1類金級」及永續綜合績效類「台灣100大永續典範企業獎」



Thank you