

永豐餘消費品實業股份有限公司

與投資人議合情形

日期: 2026/2/26

本次法說會中投資人關切議題及公司之回應重點摘要如下:

1. 2025 年營業費用上升，卻沒有看到營收的成長，請問主要因為何？經營團隊準備要如何強化成長動能，並優化費用結構？

- 2025 年營收小幅下滑 2%，主要受中國大陸市場需求疲弱及價格競爭影響，公司採取穩健價格策略，聚焦高毛利客戶與差異化產品，不採取降價策略影響營收。雖然營收略減，但透過產品組合優化及毛利改善，全年營業利益仍較去年成長 8%。
- 營業費用增加主要來自策略性成長品類、新品布局、物流倉儲、數位化及組織能力等中長期投資。2026 年將持續推動紙品升級、潔品擴張及代營運服務，同時透過節能、物流優化及提升行銷效益，兼顧成長與營運效率。

2. 展望 2026 年，貴公司有何新品計畫？經營團隊如何評估新品在中短期內，對擴張營運規模與提升經營效率的貢獻？

- 新品聚焦策略性成長品類，包括中高階紙品及潔品，如洗衣膠囊、洗碗錠等，以提升 ASP 與毛利結構。
- 經營團隊對新品績效的評估，通常透過 ASP、新客滲透率及毛利改善為主要觀察指標，而非短期營收。2026 年已有多項新品規劃，惟基於商業機密暫不對外揭露；2025 年推出的新品，在銷售、毛利率及市占率等方面均穩定成長。

3. 請協助說明紙漿的走勢，與公司因應方法？

- 紙漿價格 2025Q4 開始逐漸回升，目前呈現上漲趨勢。
- 公司採取動態採購策略，適時建立低成本庫存並調整採購節奏，以維持成本競爭力。長期而言，紙漿價格仍屬循環波動，公司已建立彈性因應機制，整體影響在可控範圍內。

4. 產業稍嫌擁擠的情況下，是否有整併的機會？

- 公司對各類合作及整併機會皆持開放態度，仍須視市場條件及合作契機而定。
- 在尚未有適合整併的機會前，經營團隊持續善用組織能力，擴大代營運及品牌代理服務，藉由既有通路覆蓋率及營運能力，創造新的成長動能。

5. 洗碗錠何時可以推出？目前銷售狀況如何？

- 洗碗錠已於 2025 年上市，初期採電商通路試銷模式進行銷售。目前已達成預期目標，今年將逐步擴大市場規模及通路布局。
- 未來成長的情況，將視臺灣洗碗機市場的普及率提升情形，逐步推動市場滲透。