



# 花仙子法人說明會

December 1, 2022



# 免責聲明

---

- 本簡報中所提及之預測性資訊包括營運展望、財務狀況以及業務預測等內容，乃是建立在本公司從內部與外部來源所取得的資訊基礎。
- 本公司未來實際所可能發生的營運結果、財務狀況以及業務成果，可能與本簡報所作之見解有所差異。其原因可能來自於各種因素，包括但不限於市場需求變化、價格波動、競爭行為、國際經濟狀況、匯率波動、上下游供應鏈等其他各種本公司所不能掌握之風險因素。
- 本簡報中對未來的展望，反應本公司迄今對未來的看法。對於這些看法，未來若有任何變更或調整時，本公司並不負責隨時提醒或更新。



# 目錄

---

- 營運概況
- 發展策略
- 企業社會責任
- Q&A

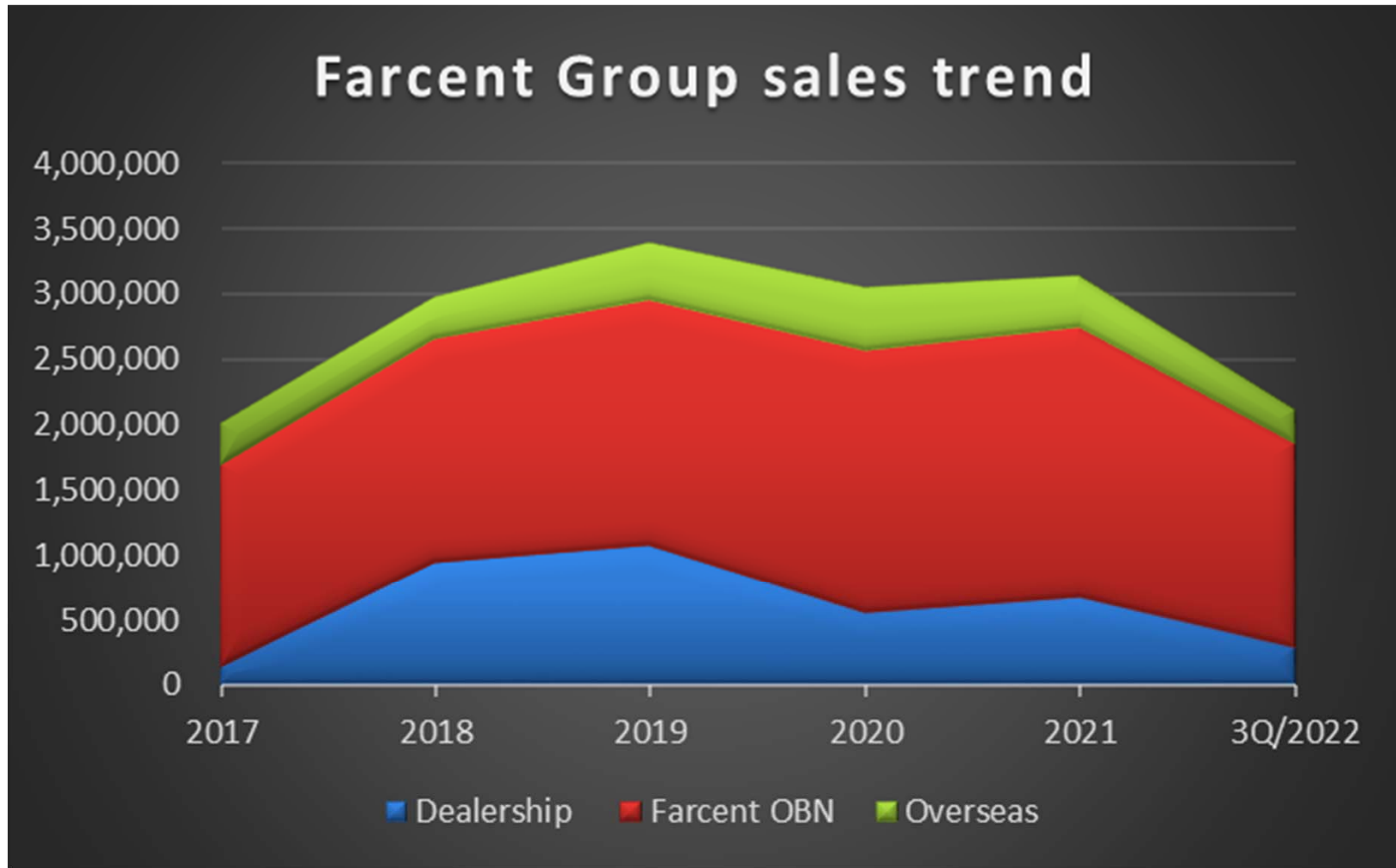


# 1~3Q2022 集團總業績

NT\$K	Q3	QoQ	YoY	Q1~Q3	YoY
Net Sales	710,849	16%	-9%	2,121,104	-6%
COGS	396,279	27%	-10%	1,149,037	-8%
GP	314,570	4%	-6%	972,067	-3%
	44.3%	-4.9ppt	+1.1ppt	45.8%	+1.3ppt
OPEX	235,665	-4%	-4%	715,756	-3%
OP	78,905	36%	-12%	256,311	-3%
Net Income	71,633	21%	-11%	225,407	-2%
EPS	1.06	22%	-12%	3.32	
Number of shares				63,233,900	
ROE				12%	
Debt Ratio				27%	
Cash on hands				624,839	9%

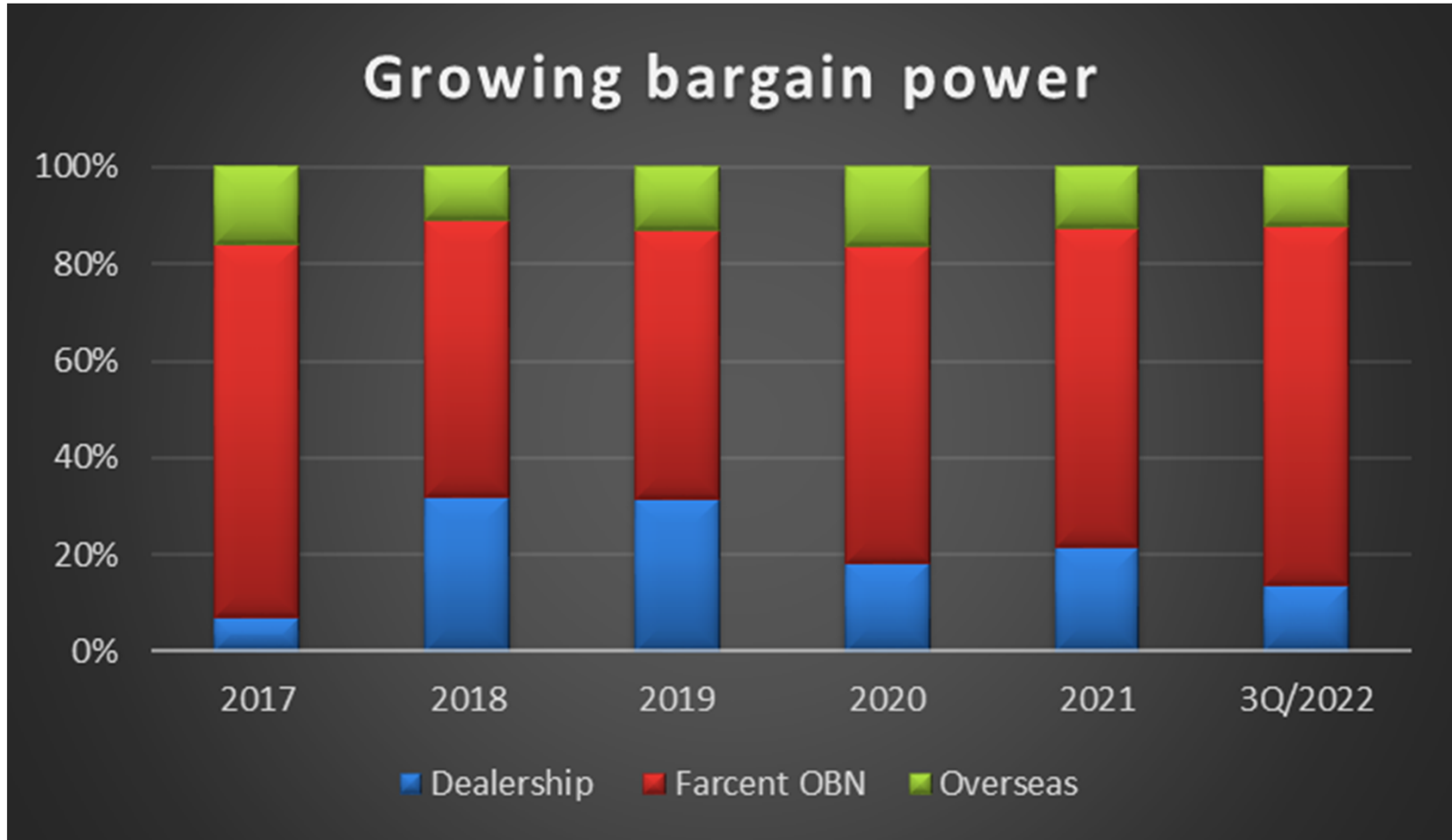


# 集團營收趨勢



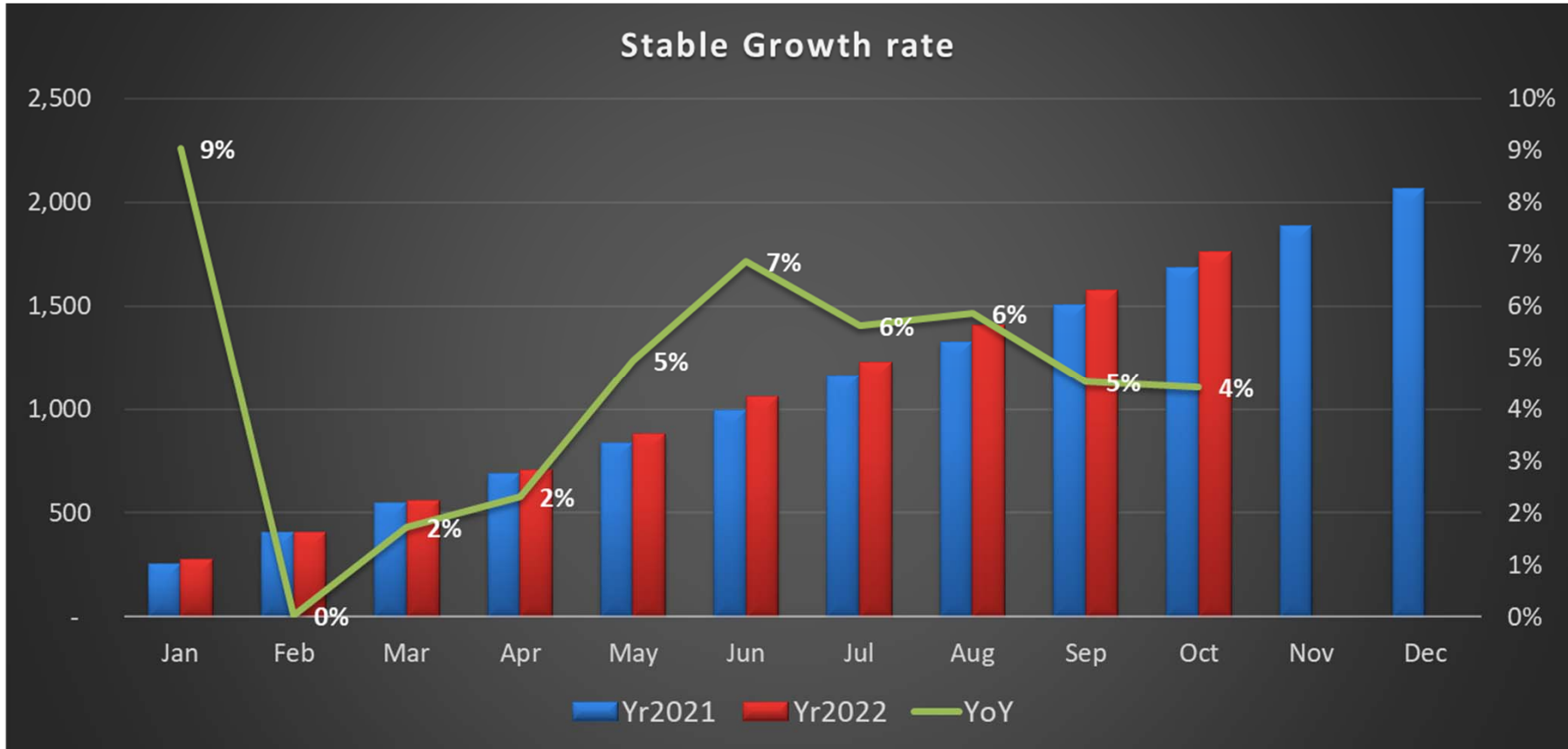


# 多元經營模式





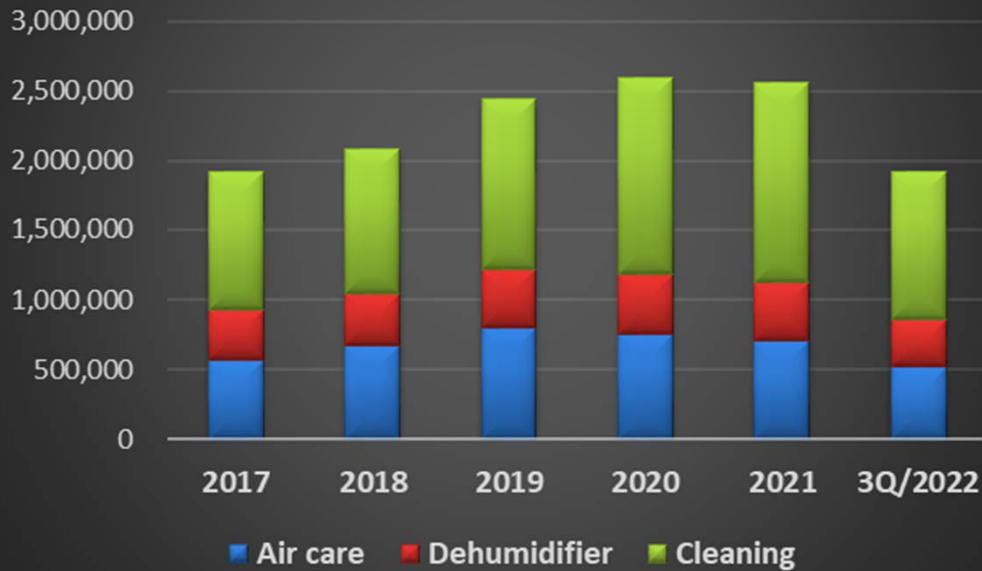
# YTD 2022台灣品牌營收+4% YoY



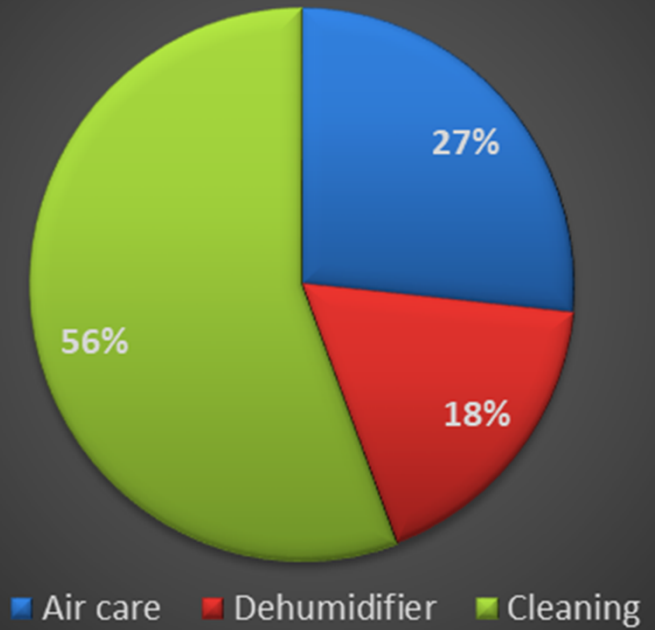


# 持續增長花仙子品牌價值

### OBN: Continual focus and growth



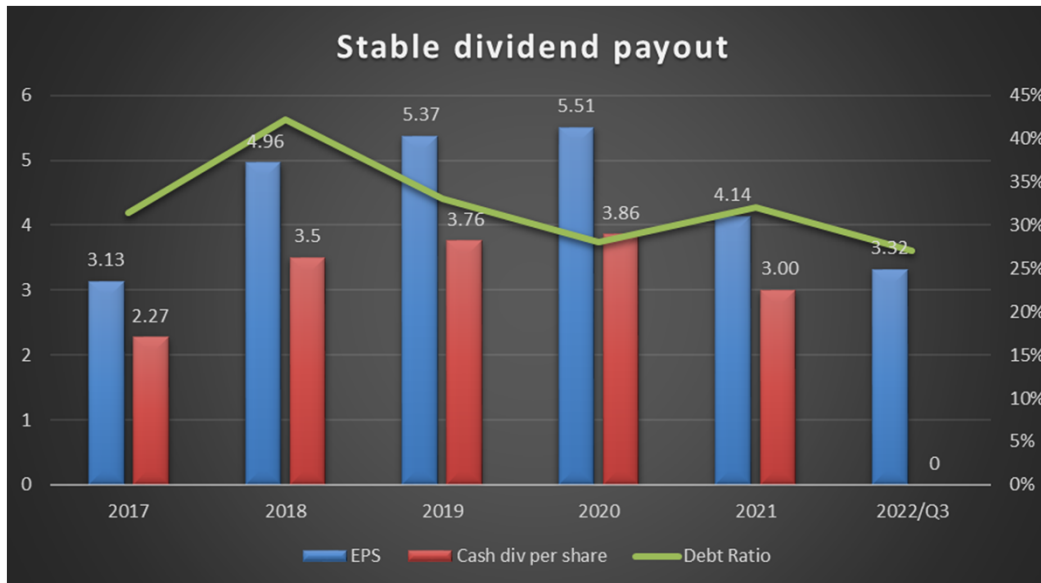
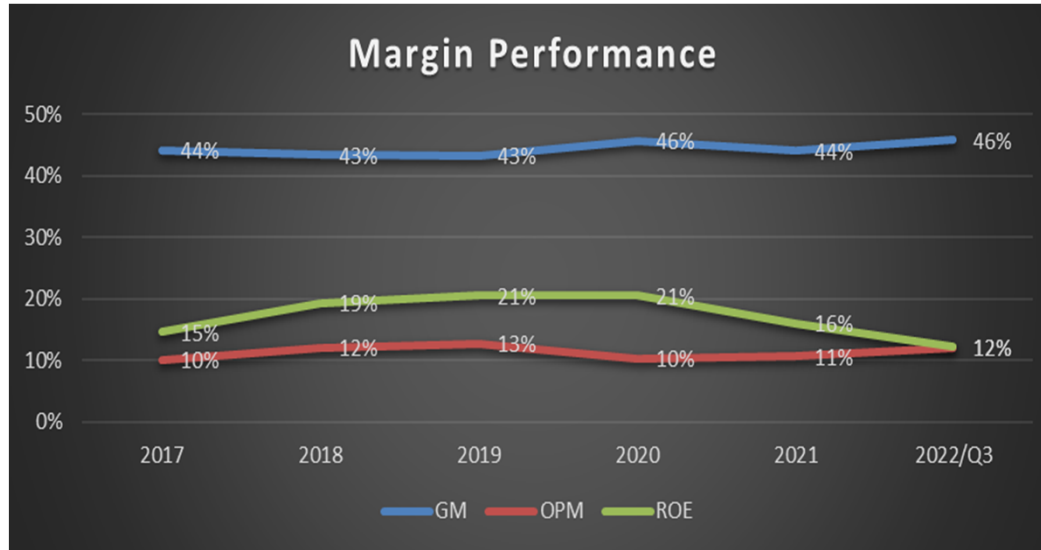
### 3Q/2022







# 提升股東報酬





# 公司旗下品牌

香氛品類

居家清潔品類

個人清潔

除濕品類

工具品類



進口品類

防蚊類



小蚊清





# 競爭優勢 – 產品研發 品牌行銷

花仙子於台灣家用品類擁有7個領導品牌:

類別	品類	市佔地位	市場占有率*
居家環境	除溼劑	#1	80%
	香氛	#1	47%
清潔工具	靜電拖把及除塵紙	#1	71%
	旋轉拖把	#1	84%
	黏塵滾輪拖	#1	51%
	膠棉拖	#1	34%
居家清潔	浴廁清潔劑	#1	37%
	洗碗精	#4 (天然洗碗精#1)	6%
個人清潔	沐浴	#6	3%
其他	防蚊液	#4	6%

\*註:部分資料為第三方市場資料, 或者為通路銷售資料推估



## 競爭優勢 – 高密度與國際化銷售網絡

- 台灣全通路銷售，包含量販、超市、個人用品店、經銷及網路
- 國際化的通路渠道:中國,泰國,馬來西亞,越南
- 全集團品項數: 約2,000 PCS
- 全集團產品鋪貨店數: 33,002 店點(參考下表)

Outlets	Taiwan	China	Oversea	Total
Hyper	210	2,112	66	2388
PCS	3,496	-	550	4,046
CVS	7,385	1,783	12,237	21,405
GT	2,701	1,744	686	5,131
EC	21	6	5	32
<b>Total</b>	<b>13,813</b>	<b>5,645</b>	<b>13,544</b>	<b>33,002</b>



# 目錄

---

- 營運概況
- 發展策略
- 企業社會責任
- Q&A



# 疫情後 2023年展望

---

## 成本管控與風險管理

- 備援供應鏈(代工或自製)
- 產地多元化 分散風險
- 改變設計與可取代物料

## 品牌產品發展趨勢與方向

- 重點趨勢產品:天然健康/抗菌抗病毒/話題潮流/永續減碳
- 既有商品:升級和差異化
- 新產品發展 (香氛,個人清潔、防蚊、食物保鮮用品)

## 通路佈局策略與機會

- 電商通路成長機會與投資
- 實體通路尋求費用最佳化

## 國際化成長機會

- 加重東南亞市場成長:越南 泰國 菲律賓
- 中國市場:電商裂變後新渠道機會



# 天然系香氛未來主流

Farcent  
去味大師



# 京盛宇

JING SHENG YU



## 再創高峰 頂極雙茶跨界聯名



### 品牌聯名 台灣茶種入香 天然植萃香氛 未來主流





# 天然植萃 淨味美學



## 去味大師 消臭再進化

## 推全新浴廁植萃抗菌消臭

## 持續拓展新功能性

第一年搶攻  
競品**40%**  
市場額

消臭  
**60**  
DAYS

Farcent  
去味大師

**植感淨味 氣味美學**

日本植物消臭 ★ 60天長效抗菌

- 日本植萃消臭
- 長效抗菌 60天
- 專利消臭膠囊
- 國際認證 更安心
- 可環保補充





# 香水香氛 話題聯名

LES PARFUMS DE

# Farcent

## 最萌香遇 最萌的療癒香氛



精品香水香氛 X Kitty聯名

### 潮流精品香水香氛

最流行香味.話題.時機



## 聖誕交換禮物首選





# 香水沐浴雙產品線



榮獲Kantar年度個清品類成長**第1名**

沐浴品牌市場**排名NO.6**





# 茶樹莊園產品線擴充



不只抗菌 升級進化**抗病毒**  
持續延伸產品線



洗碗精NO.4

天然洗碗精NO.1

茶樹莊園

## 茶樹抗菌 極淨新勢力

99%抗冠狀病毒

淨垢防蟻      抗冠狀病毒99%      防霉抗臭

添加澳洲茶樹精油  
全面新升級

小田利製藥  
柳芳遠  
醫學博士

醫學顧問  
李麗珊  
醫學博士



# 驅塵氏食物保存袋 無毒更安心



## 安心食袋 無毒無塑化劑

通過歐盟 16 項檢測

小兒科醫師  
柳孝漢  
推薦





# 驅塵氏話題聯名 拓展輕工具new user



## 驅塵氏 X SPY FAMILY 話題聯名

結合話題肖像 搭配創意陳列  
拓展輕工具新使用者





# 好神拖公益捐

## 好神拖

### 公益賀歲組



好神拖 X 博幼公益團體合作  
一起做孩子神隊友

期間限定 送好神拖造型撲滿  
鼓勵民眾長期公益捐





# 植感防蚊 小蚊清產品線擴充

## 小蚊清

### 最文青 最美的防蚊液

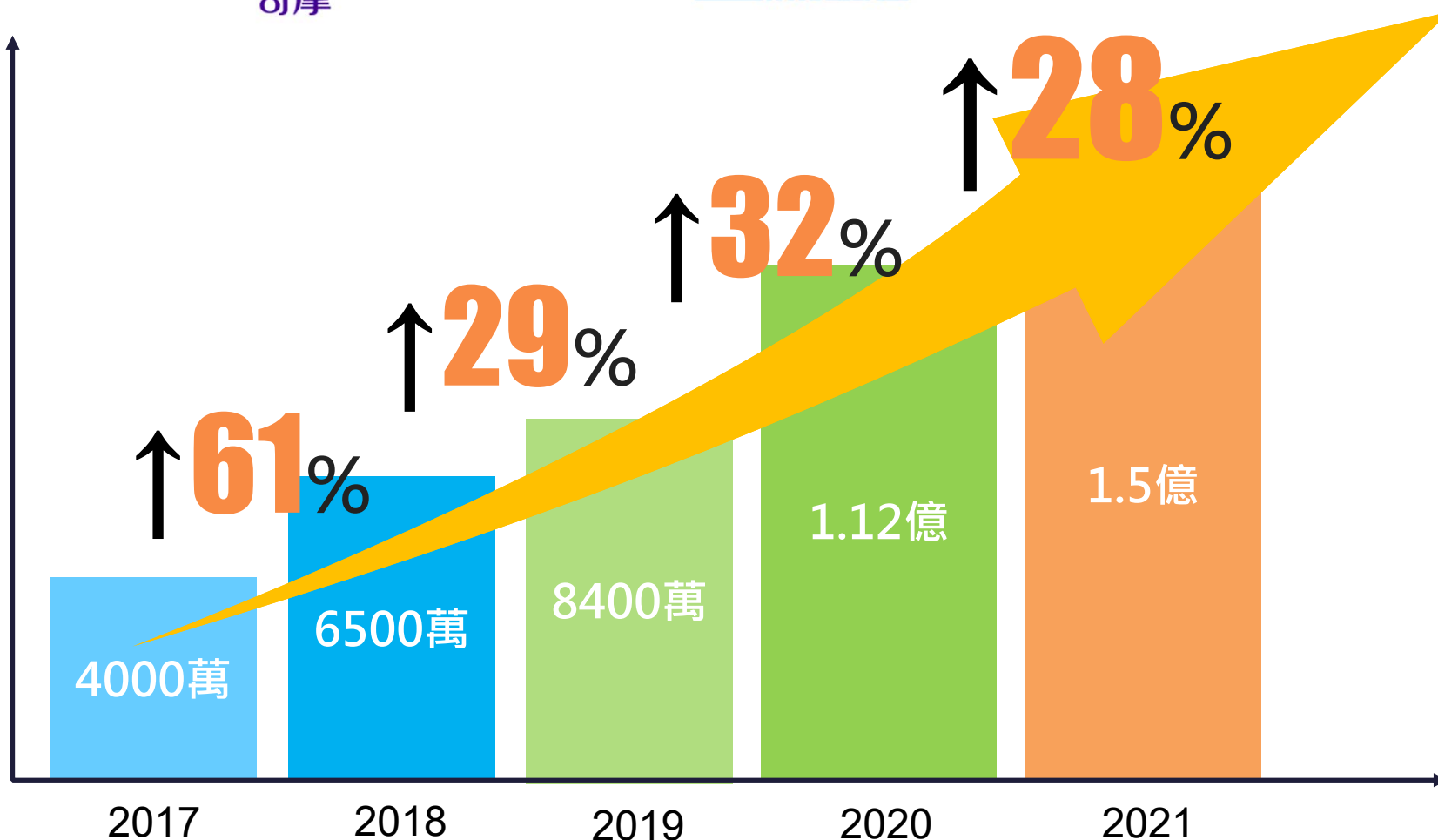
### 短短一年內 市佔NO.7→NO.4

### 防蚊功效持續提升





# 台灣電商持續大幅成長







# 電商成長策略與機會





# 目錄

---

- 營運概況
- 發展策略
- **企業社會責任**
- Q&A



# ESG & 企業社會責任 - 2022

## ESG priorities

- 2022啟動淨零排放評估
- ISO 14064-1溫室氣體查證

## 贊助辦理2022植樹嘉年華活動



於新北市青潭國小校園內  
種植**35**種，共**1180**株  
台灣原生植物



# 企業社會責任 - 花仙子教育基金會



花仙子教育基金會以「關懷、成長、和諧」之人文精神，支持弱勢教育，促進社會進步，推動文教公益活動以回饋社會。



**關懷 陪伴**  
落實教育平權



**適性 培力**  
展現多元才能



**師資 培育**  
開拓創新教育



**環境 永續**  
達成社會共好



- ★支持課後陪伴據點
- ★挹注偏鄉教學資源

品格力、學習力、創造力提升

- ★扶植教育新創單位
- ★辦理教師增能活動

以親身體驗形式學習  
探究環境議題



**兒少課後據點**  
扶助 **40** 名兒少  
服務 **4250** 人次  
(2022)

**偏鄉及NGO補助**  
捐贈金額累計  
**30,562,634**元

**偏鄉教育藝術活動**  
參加師生累計  
**5588** 名

**36場環教講座**  
參加師生累計  
**3144**名以上

※統計自2015~2022年11月



# 企業社會責任 - 花仙子教育基金會

2015~2022 累計捐助 **30,562,634** 元

設置 **3** 個弱勢兒少  
課後關懷據點

每年捐助至少 **10** 個  
偏鄉學校及 NPO



扶助 **40** 名經濟弱勢家庭兒少  
每年度服務約 **4250** 人次



挹注偏鄉教學資源  
扶植台灣教育新創 NGO



# 企業社會責任 - 花仙子教育基金會

## 辦理大型偏鄉藝術人文教育活動



歷年於花蓮、台東、屏東  
共辦理**7**場次

每年約**15**所偏鄉小學報名  
參加人數累積達**5588**名





**Thank you**