



花仙子法人說明會

Dec 25, 2019



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
- 主要產品
- 競爭優勢
- 發展策略
- 企業社會責任



目錄

- 營運概況
- 主要產品
- 競爭優勢
- 發展策略
- 企業社會責任

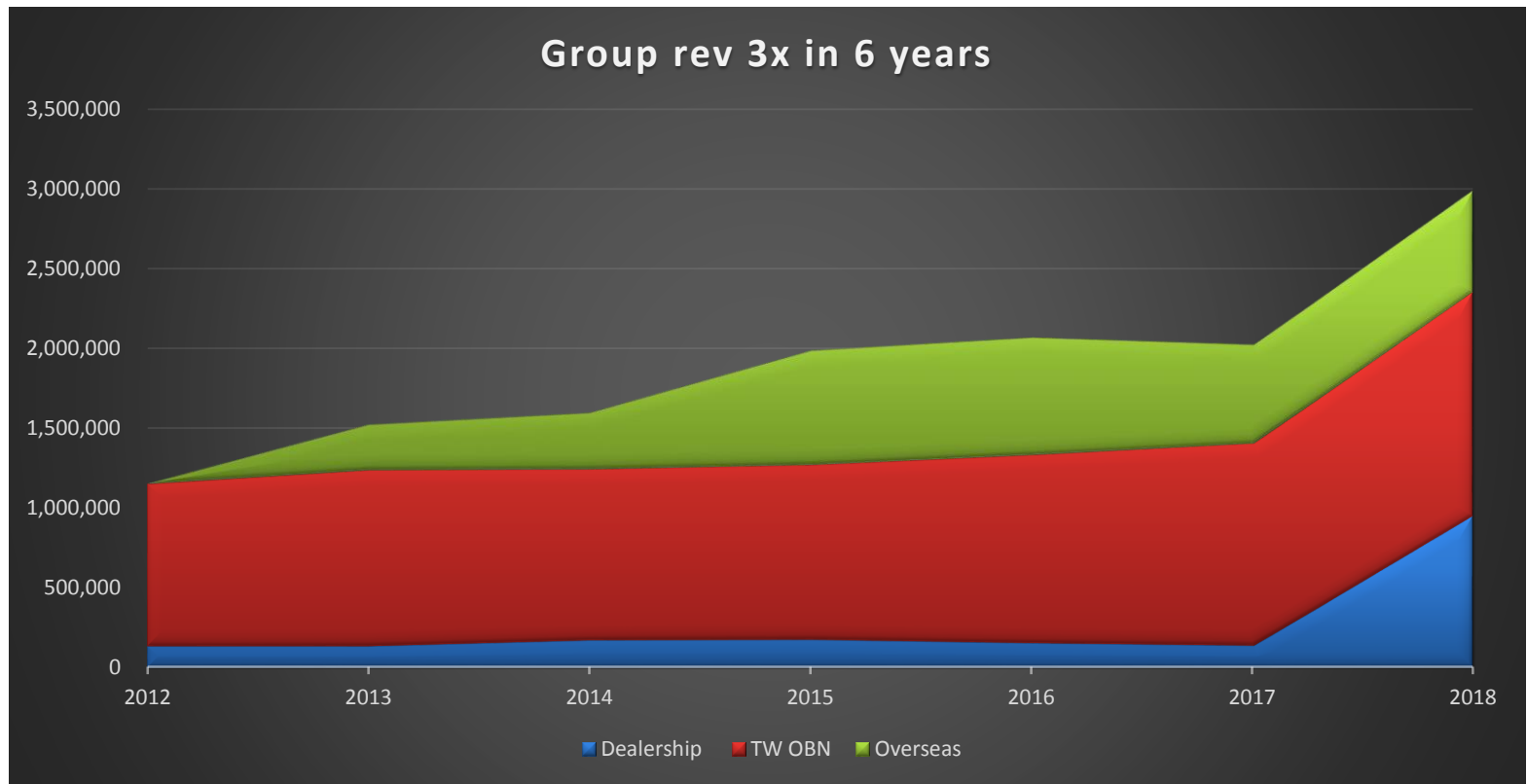


2019 Q1-Q3集團總業績

NT\$k	3Q19	QoQ	YoY	1Q~3Q19	YoY
Net Sales	748,179	-23%	-8%	2,723,593	40%
COGS	436,019	-23%	-4%	1,576,102	46%
GP	313,666	-22%	-12%	1,145,365	34%
OPEX	231,027	-16%	-1%	770,512	25%
OP	82,639	-36%	-32%	374,853	58%
Net Income	69,529	-33%	-28%	305,680	43%
EPS	1.04	-35%	-32%	4.62	39%
Number of shares				63,233,900	6%
ROE				18%	
Debt Ratio				34%	
Cash on hands				290,955	5%



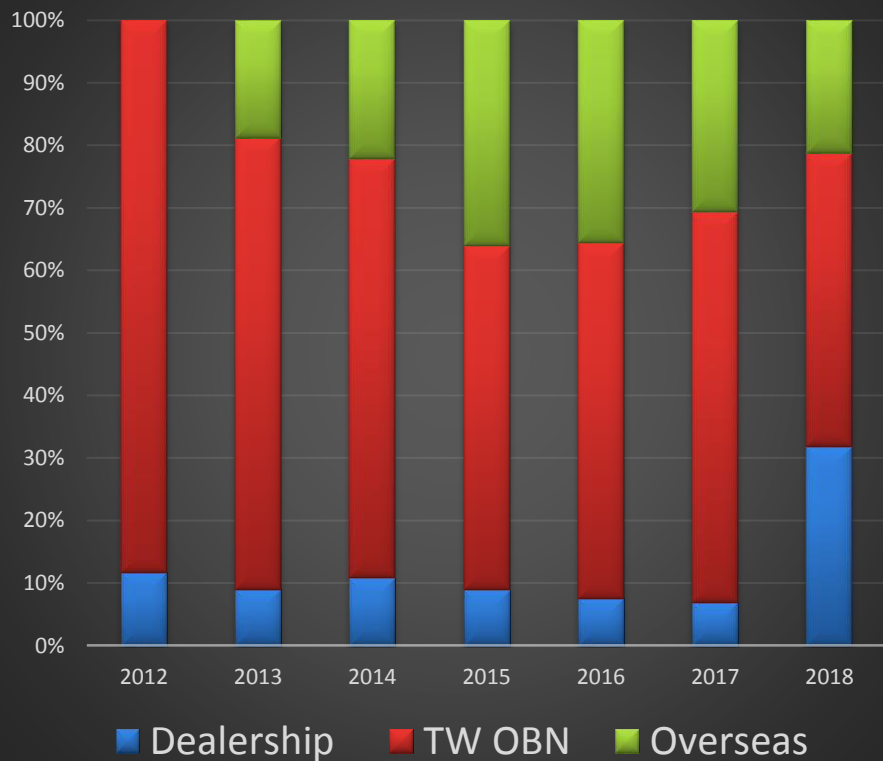
長期投資 永續成長



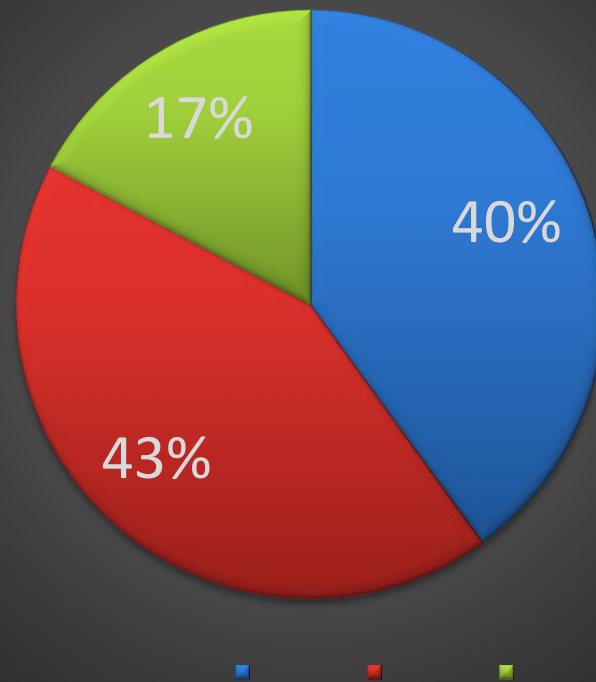


多元成長引擎

Growing bargain power



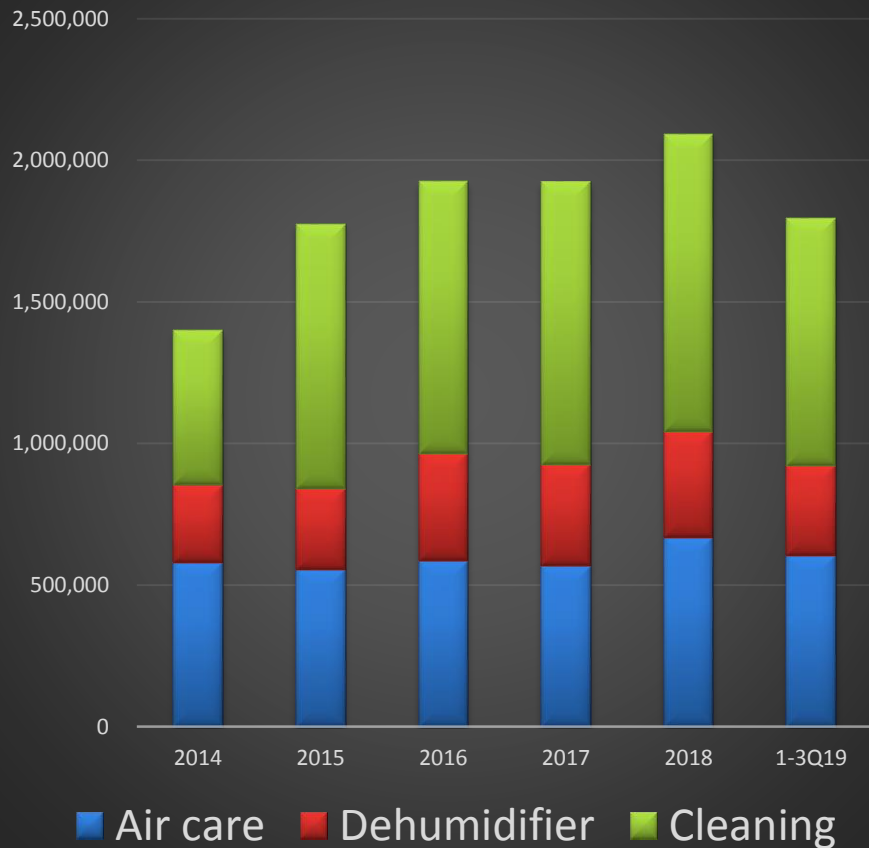
Right balance



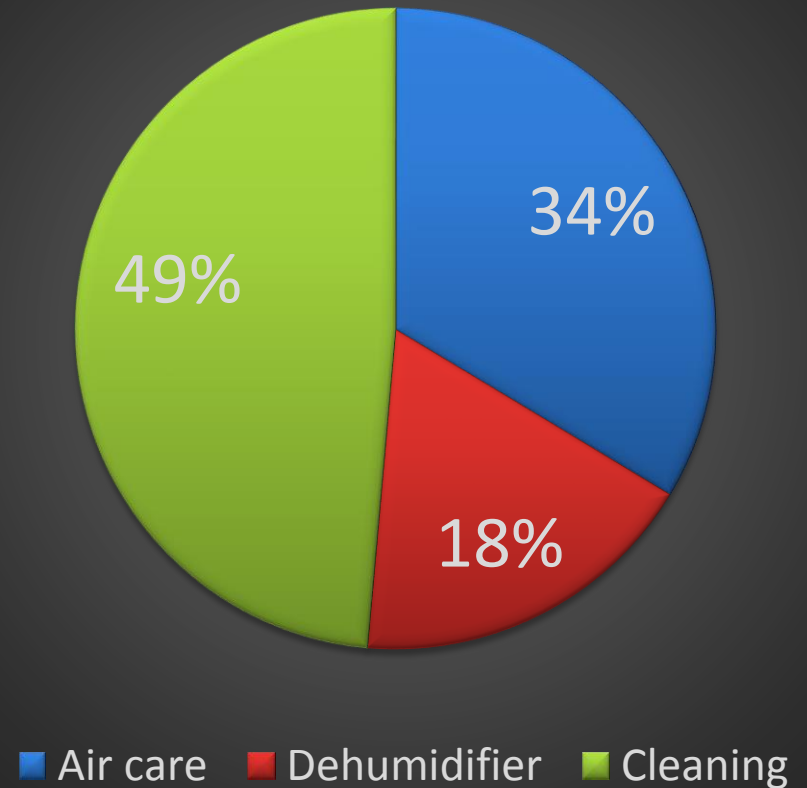


持續增長花仙子品牌價值

OBN: Continual focus and growth



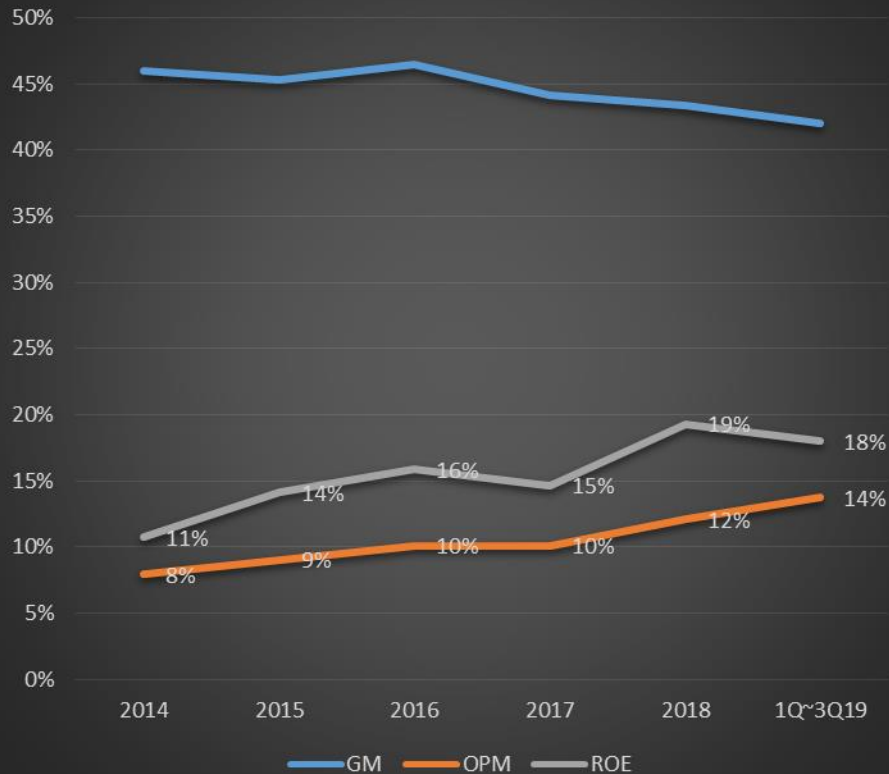
1-3Q19



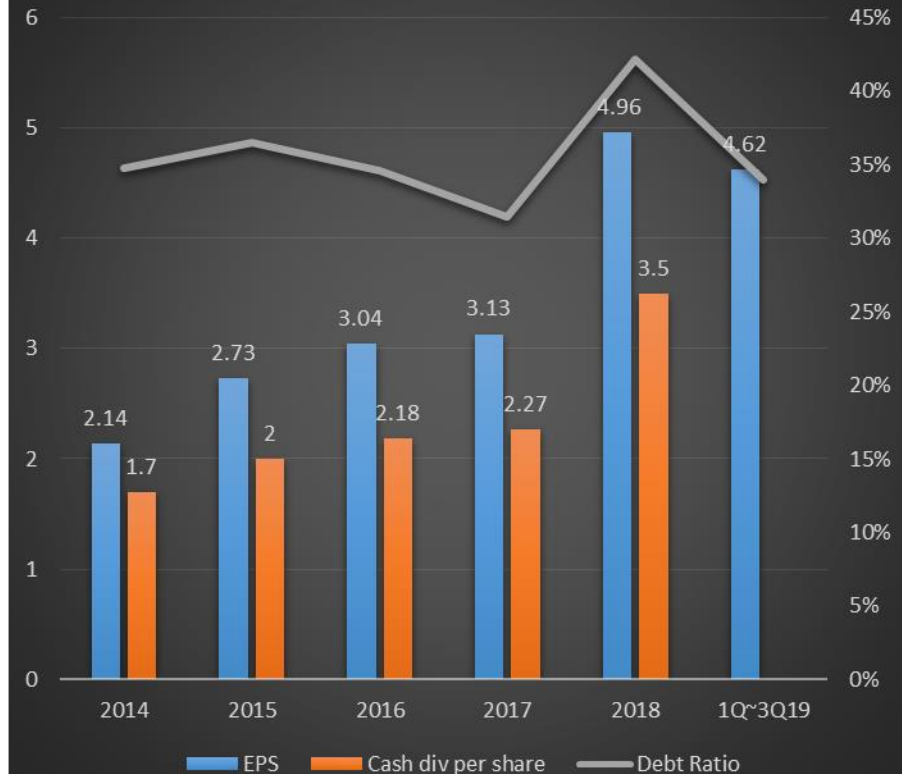


提升股東報酬

Return scaling up



Rising dividend





目錄

- 營運概況
- **主要產品**
- 競爭優勢
- 發展策略
- 企業社會責任



品牌發展歷程

- 1983-2000年 立足台灣 成立「優特實業有限公司」 推出「克潮靈」「去味大師」「驅塵氏」品牌
- 2001-2010年 跨足海外 成立泰國 上海 馬來西亞花仙子公司 併購「潔霜」品牌 代理美國康寧餐具
- 2011-2019年 併購帝凱(好神拖) 成立越南花仙子 擴增個清及有機清潔產品組合 符合CSR及環境友善之產品設計

公司經營版圖





公司旗下品牌

香氛品類



LES PARFUMS DE

Farcent

居家清潔品類



除濕品類



廚具用品類

Corelle
Brands



ROYAL DOULTON

LONDON 1815

工具品類





公司產品-香氛系列



LES PARFUMS DE

Farcent

香氛袋



平價香氛、功能性香氛、時尚香水調香氛

室內香氛





公司產品-個人清潔系列



LES PARFUMS DE
Farcent

PREMIUM COLLECTION

專櫃 臉部保養等級
香水沐浴露



● 該基酸

洗淨 成分細雅
起刺癢刺不刺頭

● 金盞花

添加有機成分
阿羅不致肌

● 保濕成分

銅水 金盞花糖、尿囊素
何種巴油、乳木果油等



公司產品-除濕系列



除濕第一品牌 首創除濕看的見





公司產品-清潔用品系列

浴廁清潔第一品牌 陪你度過每個年頭



家事女王

強效 速效 雙倍有效



公司產品-天然清潔用品系列



茶樹莊園

「愛」要一心二用

品牌代言人
李治廷



愛上打掃
的理由





公司產品-驅塵氏環保再生用品系列

減塑
再生

我驕傲

是王道



53,219,037公升

使用再生原料
減少10萬座101高度的塑膠袋*



全台獨創
咖啡麻袋
再生木棉菜瓜布





公司產品-驅塵氏重工具系列



對於打掃 我們比你還挑剔





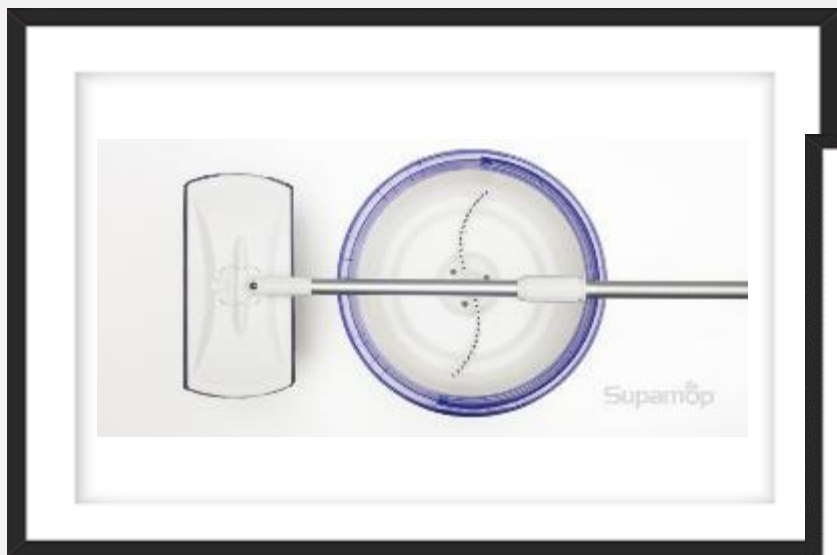
公司產品-好神拖重工具系列

拖把標準的

好神拖
Supamop
創造者



全世界都在用好神拖
熱賣超過40萬組





目錄

- 營運概況
- 主要產品
- **競爭優勢**
- 發展策略
- 企業社會責任



競爭優勢 – 產品研發 品牌行銷

花仙子於台灣家用品類擁有6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	82%
	香氛	#1	59%
清潔工具	靜電拖把及除塵紙	#1	73%
	旋轉拖把	#1	74%
	黏塵滾輪拖	#1	31%
浴廁清潔	浴廁清潔劑	#1	36%

*註:部分資料為尼爾森資料, 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: 2,817 PCS
- 全集團產品鋪貨店數: 22,078 店點(參考下表)

Outlets	Taiwan	China	Oversea	Total
Hyper	210	2,112	23	2,345
PCS	3,293	-	64	3,357
CVS	9,875	1,783	-	11,658
GT	2,921	1,744	19	4,684
EC	23	6	5	34
Total	16,322	5,645	111	22,078



目錄

- 營運概況
- 主要產品
- 競爭優勢
- **發展策略**
- 企業社會責任

- 資本投資首重創造集團獲利有機增長
- 成長策略：
 - 善用既有品牌資源 行銷通路優勢 創造自然成長
 - 重點成長品類:香氛(LPF,當地化香味,新品牌) 個人清潔(LPF,新品牌), 家用清潔(茶樹莊園,清潔袋,免手洗平板拖)
 - 重點成長市場:台灣,中國,泰國,馬來西亞
 - 代理品牌:通路,品牌合作



目錄

- 營運概況
- 主要產品
- 競爭優勢
- 發展策略
- **企業社會責任**



茶樹莊園愛地球

成份自然可分解95%以上





企業社會責任 – 導入採購 行銷流程

現有包裝採用回收材質
2019年 + 5%

長期2017-2020年
關注弱勢兒童



瓶器(含玻璃瓶)、紙盒/紙卡
紙箱、手提袋、泡殼等



消費者購買茶樹莊園
花仙子捐10元(2017-2019Y)、1%(2019-2020Y)
資助弱勢兒童



企業社會責任 - 花仙子教育基金會

以弱勢助學、環境教育推廣、促進社會進步為宗旨

2016~2018 累計捐助 7,810,950 元

設置 3 個弱勢兒少
課後關懷據點



扶助 49 名經濟弱勢家庭兒少
每年度服務約 7840 人次

每年捐助至少 10 個
偏鄉學校及 NPO



挹注偏鄉教學資源
協助 NPO 推展弱勢關懷計畫

辦理大型偏鄉藝術人文教育活動



15所偏鄉學校報名

參加師生人數超過**800**名以上



企業社會責任 - 花仙子教育基金會

環境永續教育推廣

2018花仙子企業員工公益淨灘活動



自2016年起~

辦理**18**場淨灘活動，超過**600**位
社會大眾參加



Thank you