



花仙子法人說明會

股票代號: 1730

2023/10/20



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

- 公司簡介
- 營運概況
- 發展策略
- 企業永續發展 ESG
- Q&A



集團發展歷程

- 1983-1999年 立足台灣 成立「優特實業有限公司」後更名為「花仙子企業股份有限公司」
先後推出「克潮靈」「去味大師」「驅塵氏」品牌
- 2000-2009年 花仙子股票掛牌上市
跨足海外 成立泰國分公司 成立上海分公司
併購「潔霜, 藍藍香」品牌 代理美國康寧餐具
- 2010-2019年 成立馬來西亞分公司 成立越南分公司 成立蘇州花仙子生產據點
併購帝凱(好神拖)
推出「茶樹莊園」天然有機清潔品牌
推出「Farcent」時尚香水香氛品牌
- 2020-現今 成立 ESG 委員會 支持集團永續發展
跨足髮品與個人沐浴市場
推出「小蚊清」天然防蚊品牌





全球經營版圖

- 1983 年 台灣母公司
- 2001 年 泰國分公司
- 2002 年 上海分公司
- 2010 年 馬來西亞花仙子
- 2010 年 蘇州廠
- 2017 年 越南花仙子





旗下自有品牌

民生消費品不該只是讓生活更便利

我們希望在產品中注入品味、設計和人性溫度，來實現人們對質感生活的想像

香氛淨味



除濕防潮



居家清潔



打掃工具



個人用品



小蚊清



競爭優勢-台灣家用品市場領導者

花仙子於台灣家用品類擁有7個領導品牌:

品類	品牌	市佔地位	市占率*
旋轉拖把	好神拖	#1	84%
除濕劑	克潮靈	#1	80%
靜電拖把及除塵紙	驅塵氏	#1	71%
黏塵滾輪拖	驅塵氏	#1	51%
香氛	花仙子, 去味大師, FARCENT	#1	43%
浴廁清潔劑	潔霜, 藍藍香	#1	39%
膠棉拖	驅塵氏	#1	34%
洗碗精	茶樹莊園	#4	6%
防蚊液	小蚊清	#4	6%
沐浴	FARCENT	#6	3%

(天然洗碗精 #1)

*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-高密度且國際化銷售網絡

- 台灣通路：量販、超市、個人用品店、經銷及網路
- 海外通路：橫跨中國、泰國、馬來西亞、越南、菲律賓、新加坡等
- 全集團產品數: 約 2,000 品項
- 全集團產品鋪貨店數: **34,012** 店 (表列統計)

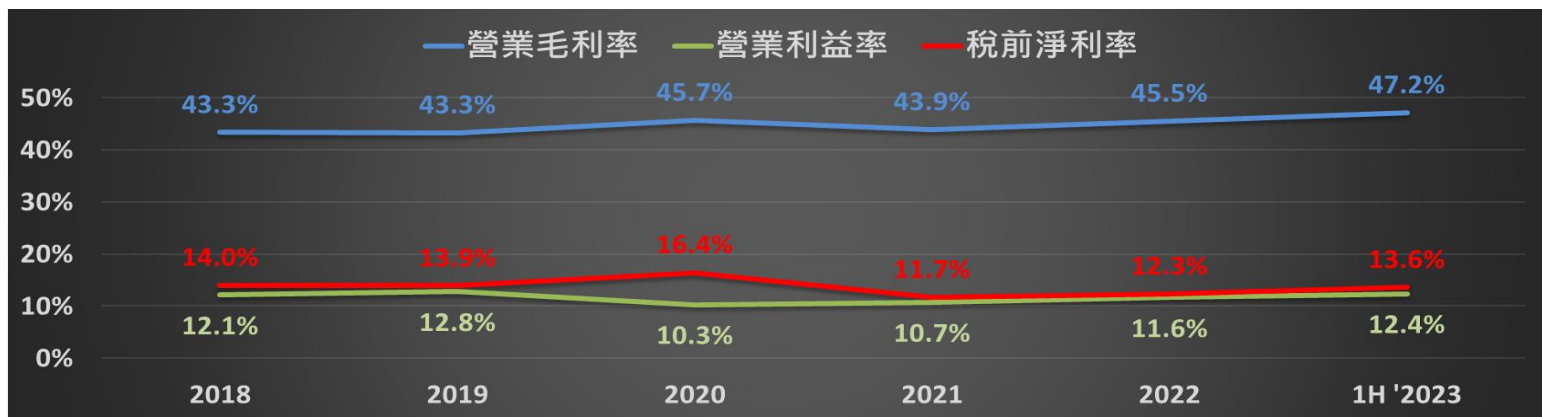
Outlets	Taiwan	China	Oversea	Total
Hyper	426	2,362	2,783	5,571
PCS	3,660	-	240	3,900
CVS	4,500	1,783	13,000	19,283
GT	2,629	1,750	839	5,218
EC	23	7	10	40
Total	11,238	5,902	16,872	34,012

- 公司簡介
- **營運概況**
- 發展策略
- 企業永續發展 ESG
- Q&A



合併損益表摘要

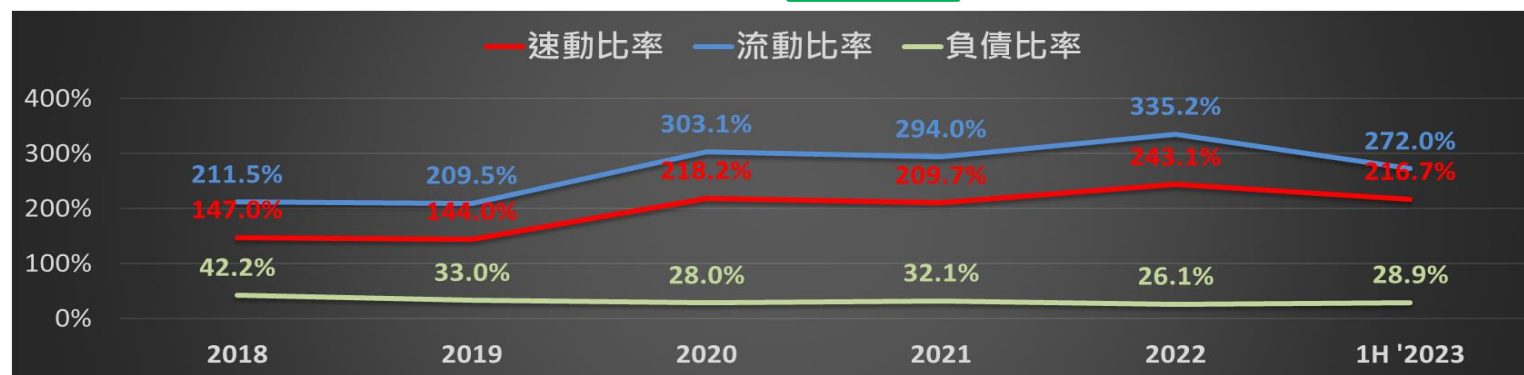
單位:新台幣仟元	2Q '2023	QoQ	YoY	1H '2023	YoY
營業收入淨額	623,426	-10.8%	1.3%	1,322,507	-6.2%
營業毛利淨額	299,231	-7.7%	-1.1%	623,593	-5.2%
營業費用	229,903	0.1%	-5.9%	459,605	-4.3%
營業利益	69,328	-26.8%	19.2%	163,988	-7.6%
稅前淨利	79,312	-21.0%	14.8%	179,661	-4.1%
淨利歸屬於母公司業主	54,270	-26.1%	-1.7%	127,665	-10.8%
基本每股盈餘 (新台幣元)	0.86	-25.9%	-1.1%	2.02	-10.6%
營業毛利率	48.0%	+1.6ppt	-1.2ppt	47.2%	+0.5ppt
營業利益率	11.1%	-2.4ppt	+1.7ppt	12.4%	-0.2ppt
稅前淨利率	12.7%	-1.6ppt	+1.5ppt	13.6%	+0.3ppt

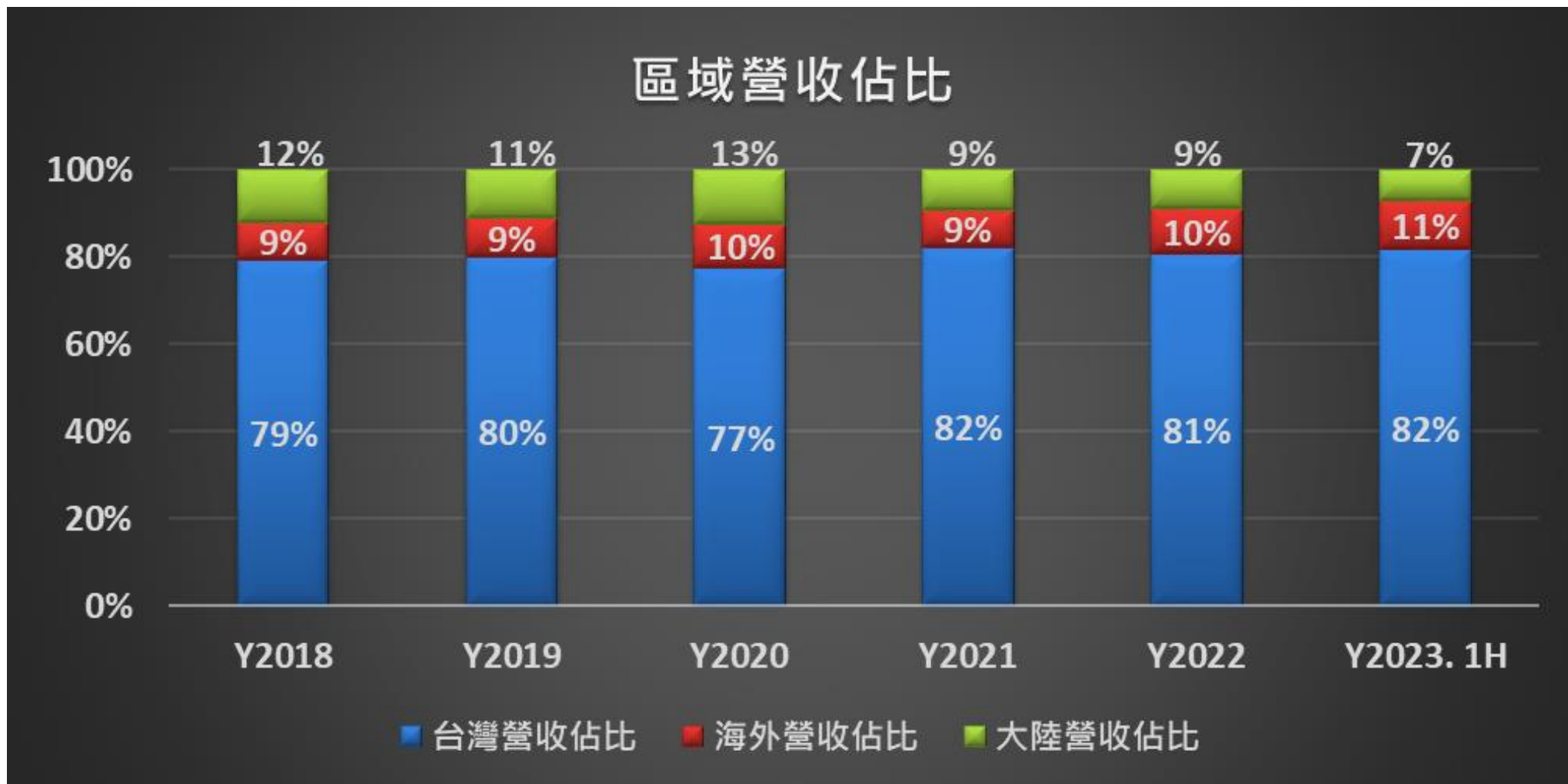




合併資產負債表摘要

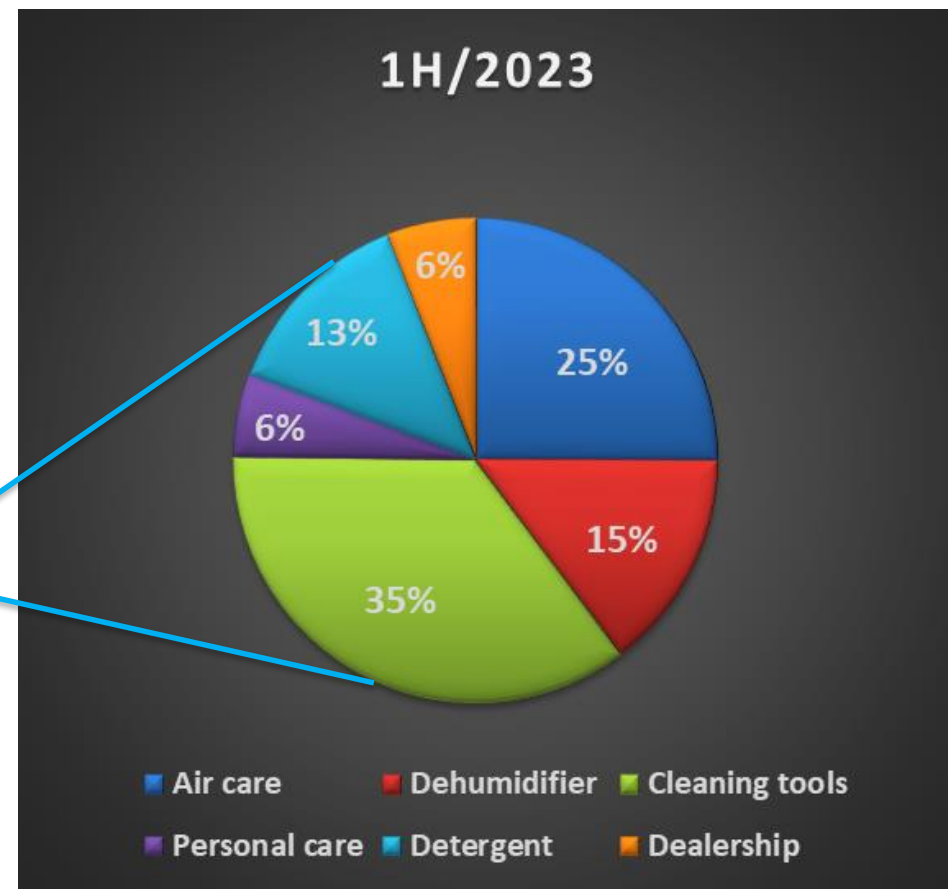
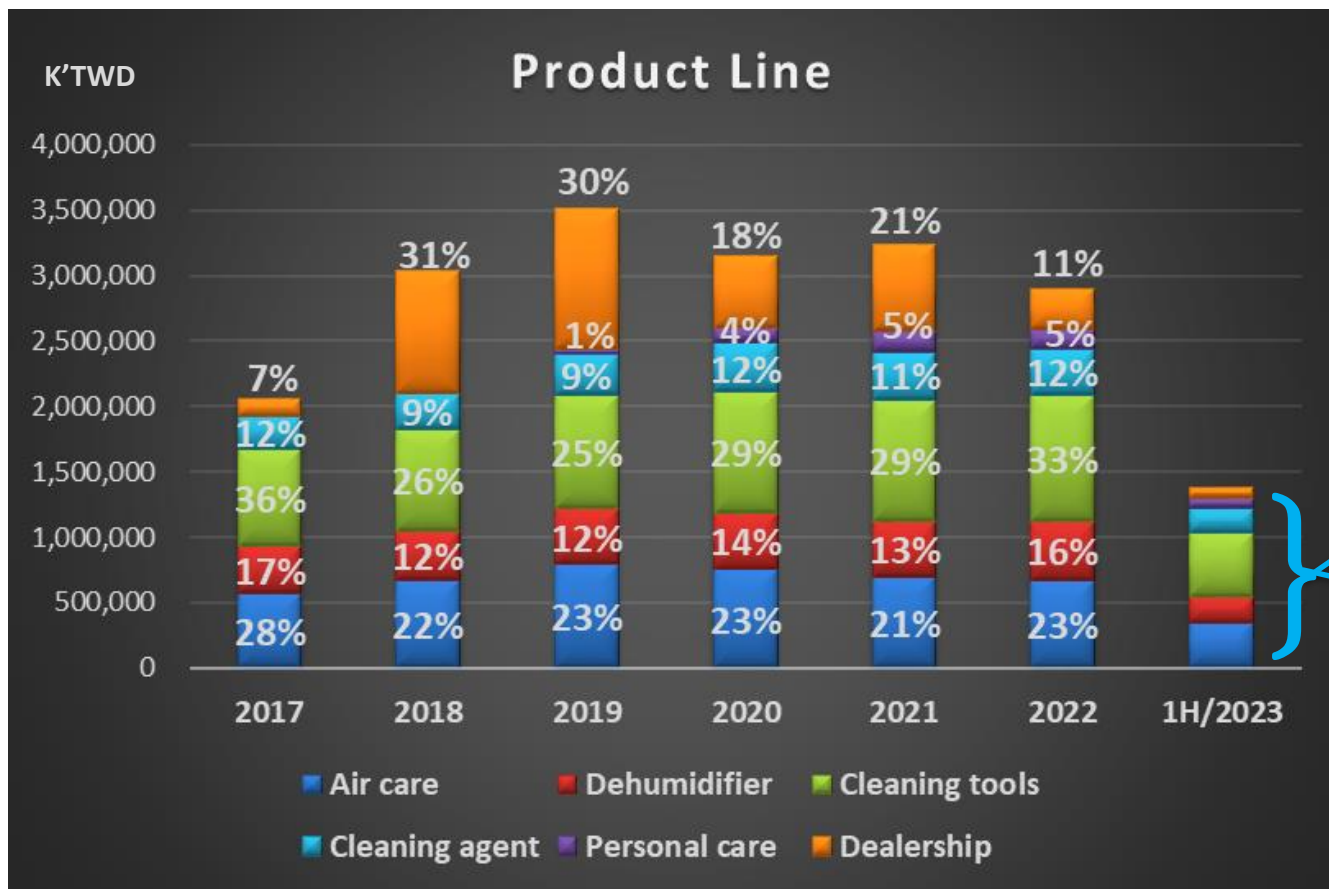
單位:新台幣仟元	2Q '2023	QoQ	YoY
現金及約當現金	809,006	2%	-8.6%
金融資產-流動	149,547	361%	95.0%
應收帳款及應收票據	525,958	-9%	0.2%
存貨	360,070	-8%	-12.3%
資產總計	2,586,549	1%	-4.2%
流動負債	687,932	43%	-12.4%
負債總計	748,461	36%	-19.2%
股東權益總計	1,838,088	-8%	3.6%
速動比率	216.7%	-74.6ppt	+25.7ppt
流動比率	272.0%	-104.7ppt	+22.8ppt
負債比率	28.9%	+7.3ppt	-5.3ppt







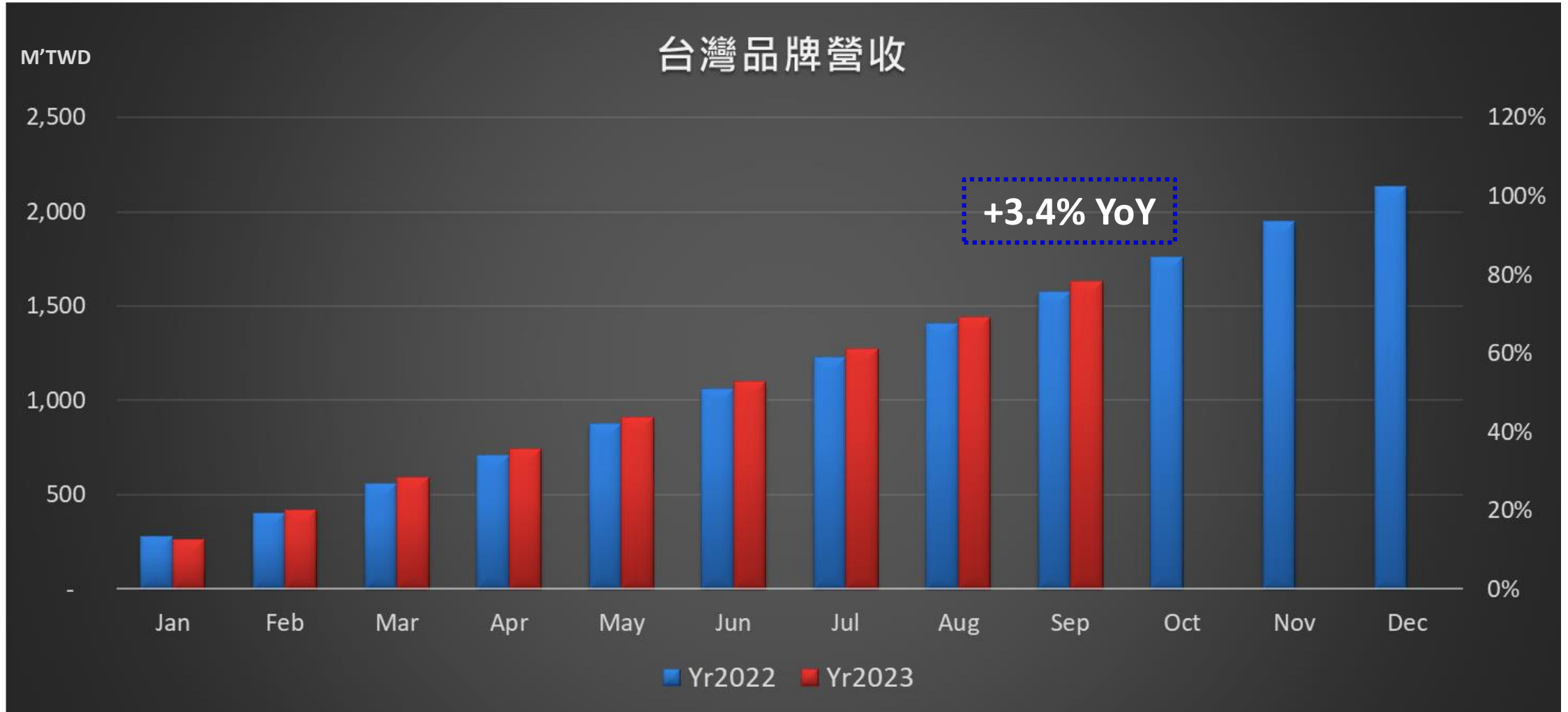
集團產品銷售佔比



* Dealership 包括換購專案.

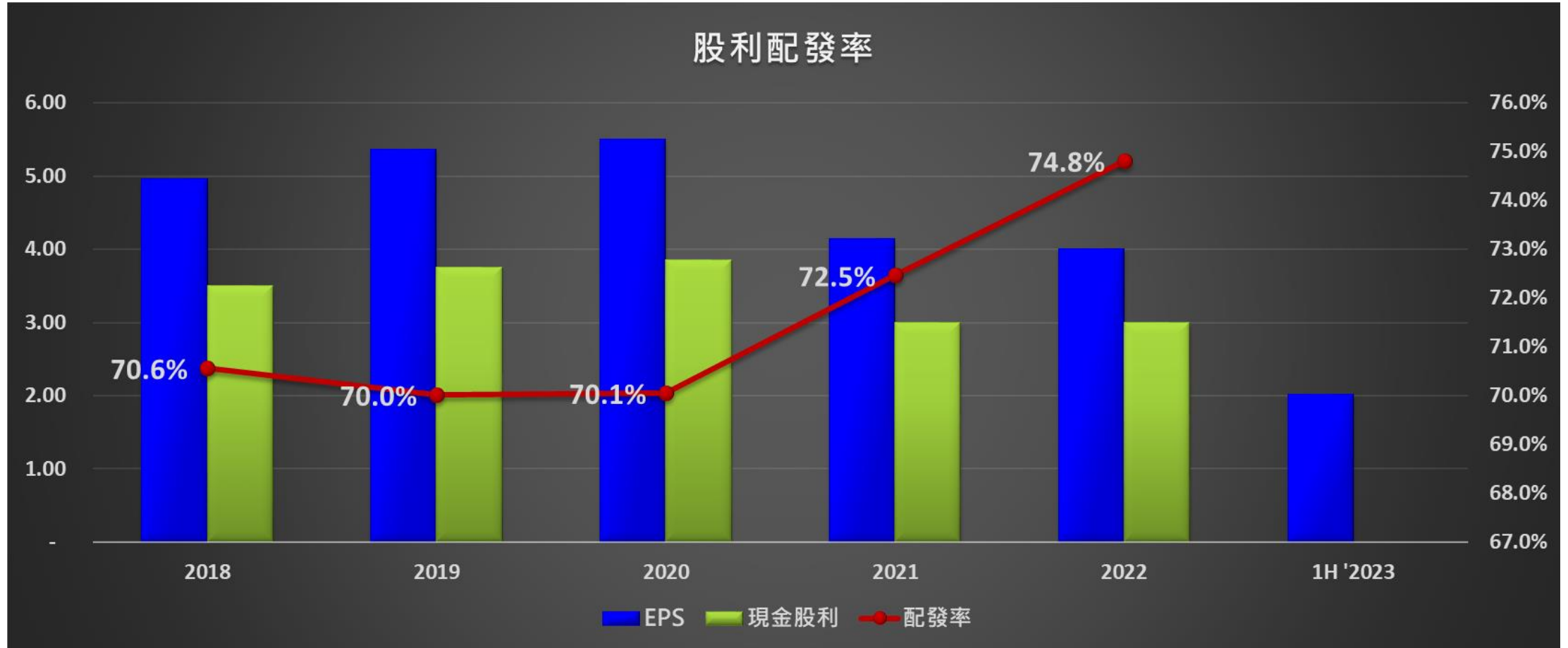


YTD 2023台灣品牌營收+3.4% YoY



* 台灣品牌係指花仙子(台灣) & 帝凱(台灣) 之自有品牌銷售業績, 不含代理與換購專案

維持穩定股利政策



- 公司簡介
- 營運概況
- **發展策略**
- 企業永續發展 ESG
- Q&A



Y23品牌亮點_打造天然植萃居家

植萃居家 進行式



▷6月森林系新香型上市
主題陳列·實銷雙位數成長



▷4月防霉新上市



▷7月馬桶潔廁球新上市



▷5月洗衣球新上市
網友實測滿意度99.3%·聲量NO.1



Y23品牌亮點_法國當代藝術獻禮，刻劃品味

花仙子40週年 聯名新品同慶



LIFESTYLE
台灣360品味生活網

Farcent香水揮手法國藝術家Jordane Saget 打造40週年限定版精品香宴

LOVELOVE | 中國時報 雜誌專欄

香宴不再只是一種感官享受，是藝術、是裝飾、是另一種生活態度。

法國當代藝術家Jordane Saget，以三條線為基礎發展出獨特的視覺風格，首度與Farcent香水聯名讓居家沉浸在法式香氣的同時也能感受來自巴黎街頭的獨特視覺，讓藝術與生活完美融合。

聯名精品 頂級香宴

法國巴黎的藝術家Jordane Saget，於2013年以400%的年紀與藝術家 Keith Parky，以三條線為基礎發展出獨特的視覺風格，首度與Farcent香水聯名讓居家沉浸在法式香氣的同時也能感受來自巴黎街頭的獨特視覺，讓藝術與生活完美融合。

聯名精品 頂級香宴

法國巴黎的藝術家Jordane Saget，於2013年以400%的年紀與藝術家 Keith Parky，以三條線為基礎發展出獨特的視覺風格，首度與Farcent香水聯名讓居家沉浸在法式香氣的同時也能感受來自巴黎街頭的獨特視覺，讓藝術與生活完美融合。

ELLE Taiwan

8月26日上午9:00

文論是香味或是視覺，都是藝術！
#聯名 #花仙子 #ELLE美妝圈

ELLE.RE

8月美妝聯名|國民香氛品牌花仙子 X 法國當代藝術家Jordane Saget推出40周年紀念版包裝

跨藝術結合

Jordane Saget彩繪瓶設計
讓藝術與生活完美融合

法國當代藝術家 Jordane Saget 以三條線為基礎發展出獨特的視覺風格，首度與 Farcent 香水聯名讓居家沉浸在法式香氣的同時也能感受來自巴黎街頭的獨特視覺，讓藝術與生活完美融合。





Y23品牌亮點_個人用品小兵立大功

個人用品商機躍進



- ▶ 3月藍鈴白桃新品上市
- ▶ 6月夏季清爽版(海洋微風/沐光森林)新品上市 代言人房思瑜



- ▶ 輕巧旅行組緊抓解封旅遊商機 業績成長1倍



- ▶ 登革熱外出防護商機，成長突破+35%



Y23品牌亮點_潮流倡議，打掃形象加分

居家打掃 引領潮流



好神拖 Supamop | 博幼基金會

一起做孩子的神隊友

您的支持，改變孩子的一生
歡迎加入「好神拖」資助行動

公益.綠色 挺身而出

好神拖 Supamop

博幼基金會 BOYO FOUNDATION

好神拖 一起做孩子的神隊友

博幼基金會公益組新品上市

好神拖 Supamop

自綠生活節 GREEN LIFE WITH SUPAMOP

綠色品牌月 GREEN LIFE WITH SUPAMOP

5/25 - 8/31 好神拖滿額\$788抽豪禮

首獎 Gogoro Delight 機車 (一台)

副獎 煙波集團環保愛地球專家 雙人房型一晚 (一名)

綠色品牌月主題熱烈響應

台灣設計品牌聯名 愛上打掃! in Bloom 印花樂

驅塵氏 x In Bloom 印花樂

輕鬆做 優雅住週

Good for us

五顏佳小童運

黏土趣味花



驅塵氏x印花樂聯名



Y23 海外市場亮點_東南亞獨家香型及炭系列



東南亞獨家香型，全面當地化





Y23 海外市場亮點_新加坡_菲律賓



新加坡 NTUC FP 通路獨家合作
OEM + OBM雙軌策略



菲律賓 S&R 通路快速成長



事業方向與展望

產品創新，創造品牌價值

- ▲ 新品趨勢：天然安心,療癒舒緩,品味氛圍,綠色永續,寵物市場,智慧打掃
- ▲ 既有品項再升級優化

通路佈局，多元化經營

- ▲ 多元化線上交易開疆闢土，電商直播合作
- ▲ 實體通路產品組合與費用最佳化

放眼東協，聚焦重點市場

- ▲ 海外市場:東協聚焦泰馬菲越
- ▲ 中國市場:聚焦線上渠道

成本管控，風險管理

- ▲ 備援供應鏈夥伴關係,合作或自製評估
- ▲ 產地多元化，替代物料，分散風險

新商業機會與新合作關係

- ▲ 產學合作,新商業模式
- ▲ 併購或其他合作機會



- 公司簡介
- 營運概況
- 發展策略
- **企業永續發展 ESG**
- Q&A

ESG重大議題與策略



公司治理

誠信經營
法令遵循

客戶價值

風險管理

策略

、持續提升公司治理績效 (董事會)

加強法遵與誠信經營教育訓練

多元化的投資人溝通管道

持續提升客戶及消費者滿意度

員工與消費者相關資訊安全

落實各部門風險管理權責



環境永續

水資源與
能源管理

氣候變遷
低碳策略

綠色產品
綠色採購

策略

能源管理 (節電方案)

水資源管理 (節水方案)

、碳資源管理 (ISO14064、14067)

廢棄物減量與妥善回收

、綠色產品與創新 (低碳減塑)

推動低碳供應鏈



社會共融

員工權益

社會公益

人權包容

策略

、員工薪酬與福利結構優化

持續提升職業安全衛生

加強員工教育訓練及發展

關注人權政策及辦理相關活動

社區關懷及參與

、公益活動



環境永續 Environmental

碳資源管理

(一)組織溫室氣體 碳盤查

年份	盤查組織邊界	盤查排放源	備註
2014~2021	已盤查台北總公司及蘇州廠	外部的間接排放未列入盤查	
2022~	涵蓋所有據點	類別1、2：進行完整盤查 類別3、4：盤查部分排放源	導入ISO14064-1標準 取得第三方查證聲明書(BSI)

(二)產品 碳足跡 (好神拖,克潮靈)



短期目標	啟動淨零排放評估 (SBTi科學減量目標-範疇1&2)、執行產品碳足跡ISO 14067認證 塑膠再生料替代料應用、參加海廢再生聯盟
中期目標	參加CDP碳揭露計畫、推出減碳減塑綠色產品
長期目標	規畫產品環保宣告(碳中和、碳標籤、減碳標籤、環保標章等)

水資源管理

耗水量2022年較前年度相比，節水16%(取水量)
放流水水質檢測皆符合排放標準

| 蘇州太倉用水統計 (2020~2022 年)

單位：公噸

	2020	2021	2022
取水量	24,991	18,780	15,778
耗水量	23,791	17,915	14,490
排水量	1,200	865	1,288

| 放流水水質之檢測值及標準值

檢測項目	實際排放值 - 蘇州	標準值
pH	8.4	皆符合排放標準
化學需氧量 (mg/L)	272	
懸浮物 (mg/L)	15	
氨氮 (mg/L)	0.94	
總磷 (mg/L)	0.6	
總氮 (mg/L)	2.32	

能源管理



天然氣改用蒸氣

蘇州太倉廠自2020年10月改用蒸氣取代天然氣。
2022年度蒸氣用量為4,179.01GJ，較基準年(2019年天然氣用量5,913.50GJ)
減少能源耗用達29.33%



太陽能發電

2022年蘇州太倉廠已完設完成太陽能板。
2022年蘇州太倉廠總用電量1,918,821度，太陽能發電達292,239度(1,772.06GJ)，
再生能源佔整體用電率為25.65%



社會共融 Social

員工薪酬

女性員工居多,薪資不低於男性
非主管平均薪資增加

員工性別統計表

地區/ 年度	台灣			蘇州			帝凱		
	男	女	小計	男	女	小計	男	女	小計
2020	83	116	199	37	78	115	NA	NA	NA
2021	80	106	186	28	61	89	NA	NA	NA
2022	75	79	154	24	63	87	32	35	67

女對男的平均基本薪資

類別	台灣	蘇州	帝凱
高階主管	0.67	NA	2.07
中階主管	1.36	0.82	1.01
一般員工	1.03	0.79	1.53

台灣區非主管之正職人員薪資

年度	薪資中位數 (年薪：元)	薪資平均數 (年薪：元)
2021	700,134	822,182
2022	708,053	889,926
近2年差異	7,919	67,744

職業安全與衛生

維持零重大職業傷害事件

對於危害辨識、風險評估及應變機制皆建立完善的管理程序，並定期進行教育訓練與演練。

人權與包容

進行人權盡職調查，針對各項人權風險鑑別(性別歧視、強迫勞動、人身自由安全等)，顯示所有風險議題皆落在低風險

短期目標

優化員工薪酬與福利結構,ESG指標列入員工教育訓練重點

中期目標

結合ESG主軸與產品的公益專案,舉辦人權相關活動,ESG指標與員工KPI連結

長期目標

導入EAP員工協助方案、推動員工全員ESG活動/獎項

社區投入

花仙子教育基金會2022年捐贈金額為5,659,275元。
歷年累計31,451,434元

服務方案	服務成果
◆ 贊助兒少課後陪伴	服務96名兒少，約6631人次
◆ 提供經濟弱勢獎助學金	扶助87名兒少，共1,067,000元
◆ 挹注偏鄉等多元學習資源(科學、程式)	合作學校27所，受益學童超過800名
◆ 辦理藝文活動(音樂會、3D電影車)	超過2000人次參加
◆ 推廣EQ 品格教育	約40位志工家長及800位學童參與
◆ 環境教育推廣(校園諾亞方舟計畫)	種植35種，1180株台灣原生植物





公司治理 Governance

功能性委員會

審計委員會	V	資訊安全委員會	○
提名委員會		永續發展委員會	V
公司治理委員會	○	誠信經營委員會	
薪資報酬委員會	V	策略委員會	
風險管理委員會			

○：規劃中

公司治理評鑑

評鑑年度	評鑑分數	評鑑結果	等級
2021	67.88	51%~65%	第五等級
2022	82.13	36%~50%	第四等級

風險管理

以各權責部門為核心，以風險發生機率及對花仙子公司衝擊程度評估，再針對特定高風險項目進行流程制度控管

短期目標

持續維持公司治理評鑑第4等級,導入TCFD氣候風險評估

中期目標

提升公司治理評鑑至第3等級以上,取得ISO資安認證

長期目標

參加各永續獎項 (TCSA台灣企業永續獎、天下永續公民獎、台灣循環經濟獎等)



下載
2022花仙子
永續報告書



Q & A



Thank you