



花仙子法人說明會



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
- 主要產品
- 競爭優勢
- 營運概況
- 未來策略方向
- 企業社會責任



目錄

- 公司簡介
- 主要產品
- 競爭優勢
- 營運概況
- 未來策略方向
- 企業社會責任

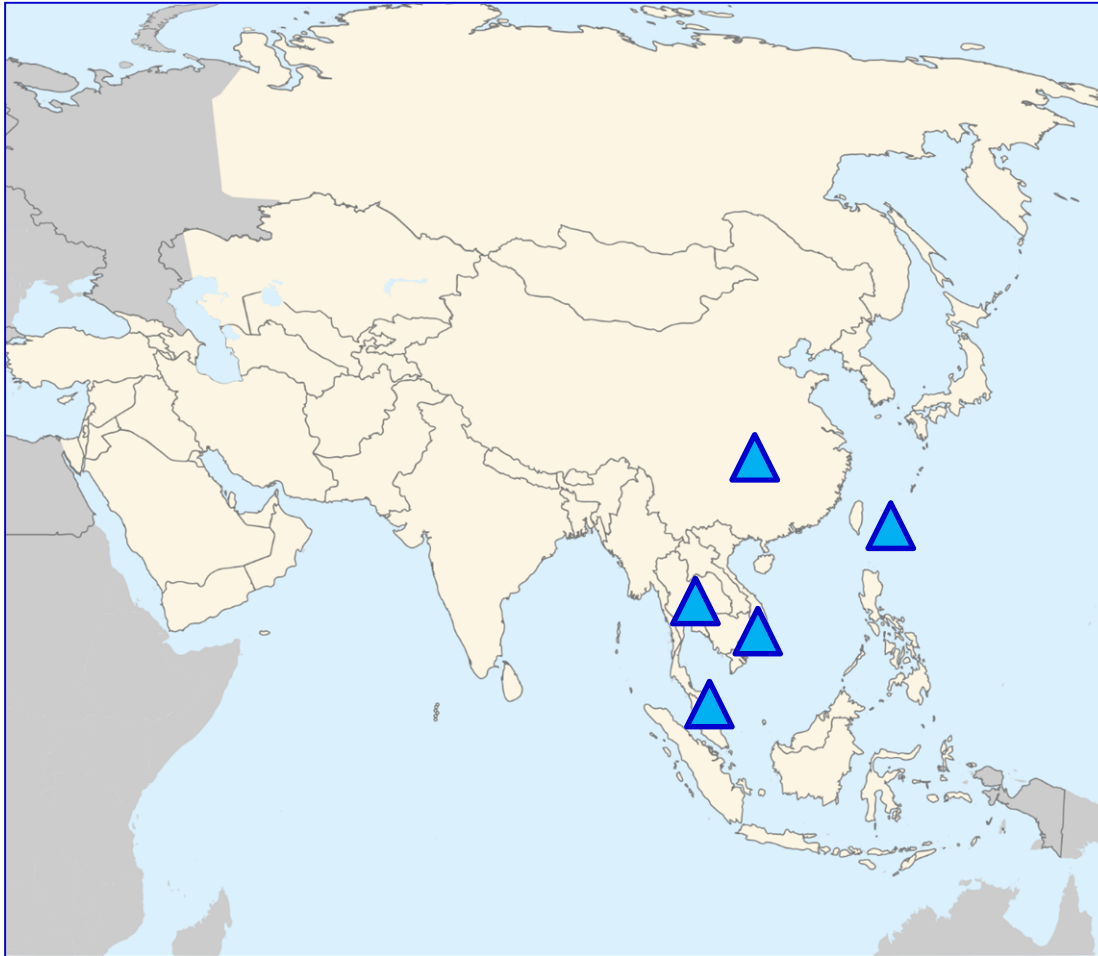


公司重要里程碑

- 1983年 成立「優特實業有限公司」
- 1990年 推出「克潮靈」品牌
- 1996年 推出「去味大師」品牌
- 1997年 推出「驅塵氏」品牌
- 2001年 公司上櫃轉上市; 轉投資泰國花仙子公司，拓展泰國市場
- 2002年 成立上海花仙子
- 2003年 併購台灣潔氏-取得「潔霜」品牌
- 2007年 代理美國康寧餐具 成為台灣地區總代理
- 2010年 轉投資馬來西亞花仙子公司，拓展馬來西亞市場
- 2014年 取得帝凱(好神拖)公司經營權
- 2017年 增加資本額為NT\$586MM; 成立越南花仙子



公司經營版圖



中國

- 華東銷售據點(上海)
- 華北銷售據點(北京)
- 華南銷售據點(廣州)
- 工廠(蘇州)

台灣

- 營運總部
- 代工廠

越南

- 銷售據點
- 代工廠

泰國

- 銷售據點
- 工廠

馬來西亞

- 銷售據點



公司經營理念

「便利新科技，智慧好生活」





目錄

- 公司簡介
- **主要產品**
- 競爭優勢
- 營運概況
- 未來策略方向
- 企業社會責任



公司旗下品牌





公司產品-去味大師&花仙子香氛系列

香氛袋



噴霧



香氛劑型



膠狀



液體



公司產品 - 「克潮靈」除濕系列

櫥櫃用除濕桶(捨棄型)



桶

環保型除濕桶



桶

集水袋除濕盒(正裝+補充)



盒

吊掛式除濕袋



掛

克潮靈消臭除濕包



鞋



公司產品 - 「潔霜」洗劑系列

馬桶/浴室



廚房



產品
用途

地板



水管





公司產品 - 「茶樹莊園」天然洗劑

洗碗精



500g

1000g



700g

洗衣精



2000g

冷洗精



900g

地板清潔劑



2000g



1500g



公司產品 - 「驅塵氏」工具系列

垃圾袋



菜瓜布



旋轉拖把



乾濕拖乾濕巾





公司產品 - 「驅塵氏」工具系列

黏塵系列



膠棉拖



平板魔布拖



彈力掃把

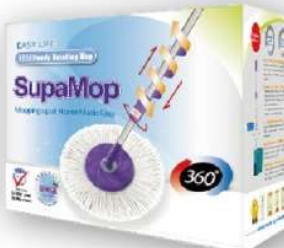


除塵揮





公司產品 – 「好神拖」工具系列





目錄

- 公司簡介
- 主要產品
- **競爭優勢**
- 營運概況
- 未來策略方向
- 企業社會責任



競爭優勢 – 台灣高市占率

花仙子於台灣家用品類擁有七個領導品牌：

品類	地位	市場占有率*
除溼劑	#1	78%
香氛	#1	54%
靜電拖把及除塵紙	#1	66%
旋轉拖把	#1	72%
黏塵滾輪拖	#1	26%
馬桶水箱清潔錠	#1	20%
馬桶清潔劑	#1	22%

*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:

通路	客戶名稱	店數
量販店	大潤發, 家樂福, 愛買, 好市多, 特力屋等	171
超市/個人用品店	全聯, 惠康, 屈臣氏, 康是美, 寶雅, 小北等	2,443
便利商店	7-11, 全家, OK	8,949
軍公教/福利總處	福利總處	41
經銷	小型連鎖超市	300
網路商城	PC Home, Yahoo, MOMO, UDN, 博客來	15

- 國際化的通路渠道: 中國, 泰國, 馬來西亞, 越南



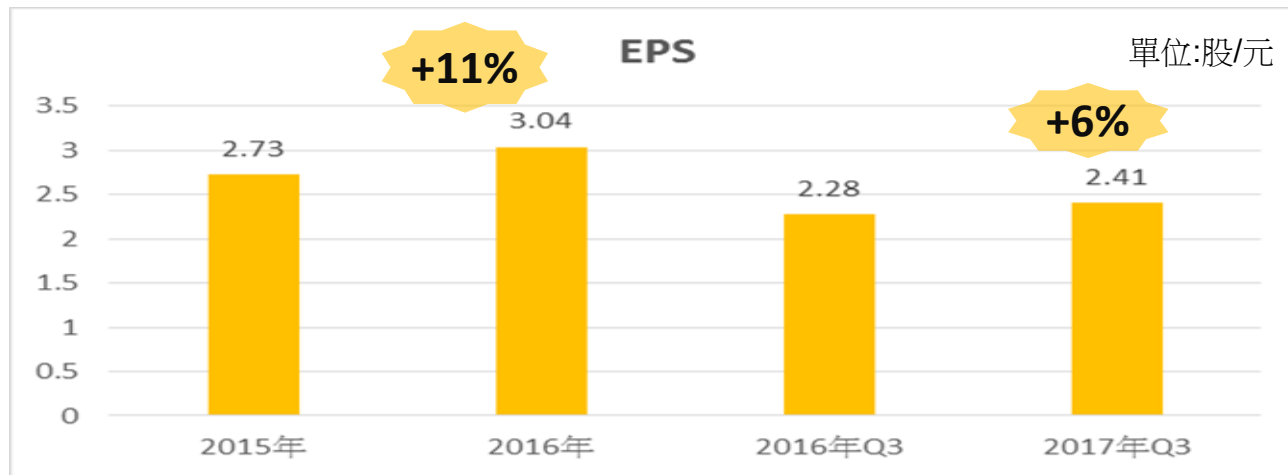
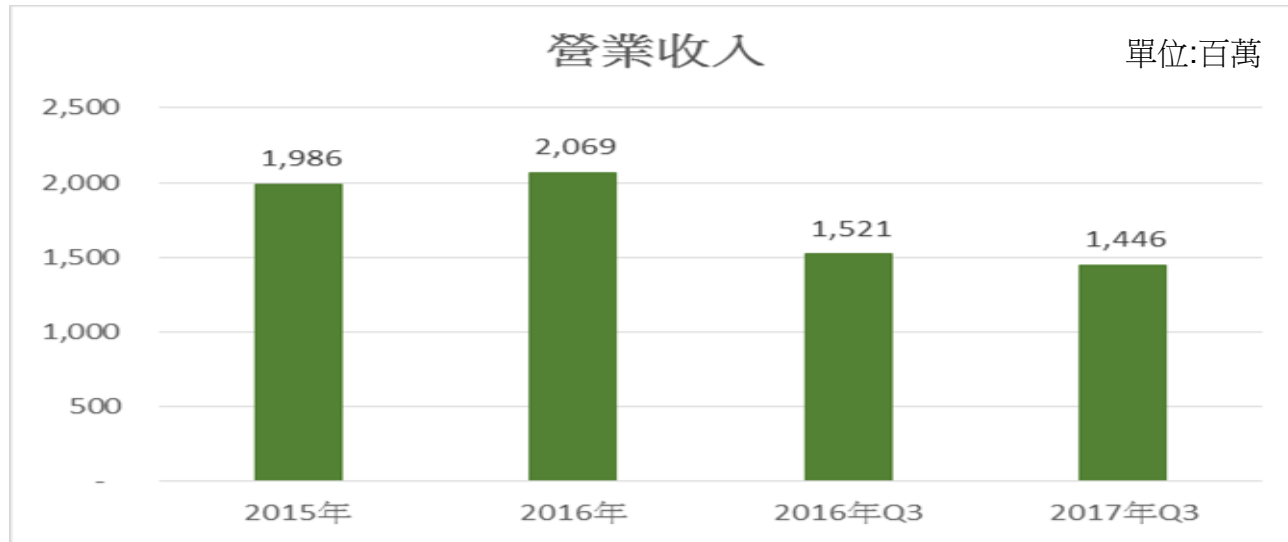


目錄

- 公司簡介
- 主要產品
- 競爭優勢
- **營運概況**
- 未來策略方向
- 企業社會責任



營運概況 – 近三年經營成果





目錄

- 公司簡介
- 主要產品
- 競爭優勢
- 營運概況
- **未來策略方向**
- 企業社會責任



未來策略方向 – 花仙子集團



鞏固台灣, 成長中國, 進攻東協



未來策略方向 - 台灣

擴充產品線 提升品牌形象

產品面

1. 時尚香水調高端系列商品
2. 迪士尼授權系列商品
3. 擴充平板拖與洗衣槽品類
4. 產品包裝全面升級



行銷面

1. 擴大品牌曝光及多元性
2. 強化數位行銷與會員數據
3. 強化通路體驗性陳列



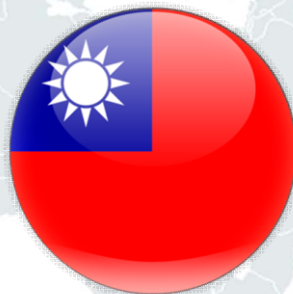
通路面

1. 強化禮贈通路
2. 優化電商通路
3. 積極經營自營電商平台



其他

1. 好神拖行銷及業務整合
2. 異業策略聯盟



2017中國趨勢” 新零售”

- 根據普華永道 (PwC)全零售報告, 中國未來新常態將會是利用數據分析和全渠道技術彌合線上線下差距來增進企業熟度: 1) 線上線下深度融合, 2) 數據分析的回報



阿里巴巴 插足實體店面

- 2015.8** 蘇寧雲商 → 持股**19.99%**
以約283億元人民幣戰略投資蘇寧, 成為第2大股東。
- 2016.11** 三江購物 → 持股**32%**
以21.5億元人民幣, 入股三江購物。
- 2017.1** 銀泰百貨 → 持股**27.83%**
對銀泰提私有化, 若完成, 對銀泰持股達73.73%。
日日順物流 → 持股**34%**
增持海榮集團旗下日日順物流。
- 2017.5.26** 華聯超市 → 持股**18%**
向百聯集團旗下易果生鮮收購聯華超市內資股股權, 成為聯華超市第2大股東。
- 2017.11.20** 高鑫零售 → 持股**36.16%**
投入約224億港元直接和間接持有股份。





未來策略方向 - 中國

全力衝電商 實體佈局



產品面

1. 產品包裝全面升級
2. 豐富香芬類產品樣式與香型(香薰與噴霧類),區隔電商與實體品項
3. 除濕劑與靜電紙推出電商副品牌



行銷面

1. 強化各大通路商品陳列
2. 強化電商廣告版面露出

通路面

1. 電商:拉高直營客戶占比,增加副品牌搶攻市占
2. 實體: 擴展空白區域,增加經銷商與全國性KA(沃瑪)

其他

1. 與中國知名品牌雙品牌合作拖把產品線
2. 高階管理團隊重整



產品面

1. 開發新專利平板拖商品
2. 授權系列商品
3. 旋轉拖把省力版 upgrade
4. 產品包裝全面升級



行銷面

1. 強化數位行銷
2. 強化通路主題陳列
3. 品牌年輕化



好神拖[®] SupaMop

通路面

1. 加強電商投資
2. 持續新通路與新客戶開發

其他

1. 異業策略聯盟
2. 產學合作
3. 清潔工具類發明獎大賽
4. OEM 產品 sourcing



新
一
代

2017-2018
DESIGNER
VENTURE
CHALLENGE

2017-2018
新一代設計
產學合作
企業大獎

徵件期間
即日起至10.02(一)止

unipapa

有理百物





未來策略方向 – 東協

合資或代理模式進入



產品面

1. 擴增香膏與芳香噴霧產品
2. 擴增潔廁劑產品
3. 產品包裝全面升級



行銷面

1. 品牌國際化
2. PG輔助產品推廣與 加強陳列露出

通路面

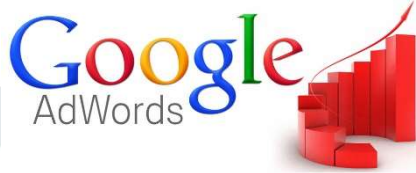
1. 泰國:強化拖把部門銷售
2. 馬來:強化KA通路與拓展經銷商
3. 開發越南KA與經銷通路
4. 發展電商通路

其他

1. 菲律賓與緬甸市場透過代理商進入
2. 儲備外派人才



未來策略方向 – OEM



產品面

1. 成本優化,提升競爭力
2. 主動出擊為客戶規劃產品

行銷面

1. 定期發送EDM, 向客戶傳遞新品及市場訊息
2. 投入關鍵字行銷,增加曝光機會

通路面

1. 加速網路開發,因應採購虛擬化
2. 加速新客拓展

其他

1. 與其他供應商策略合作,互補產品線缺口
2. 提升組織成員能力





目錄

- 公司簡介
- 主要產品
- 競爭優勢
- 營運概況
- 未來策略方向
- 企業社會責任

- 成立花仙子教育基金會，以弱勢助學、環境教育推廣及促進社會進步為宗旨。



關懷弱勢教育

- 成立弱勢兒少課後照顧班
- 挹注偏鄉學校教學資源
- 辦理各項藝術人文教育活動



EQ品格教育

- EQ教育入校推廣計畫
- EQ志工培訓及成長課程



環境教育推廣

- 入校環境教育講座
- 環境教育種子講師培育
- 淨灘活動





Thank you