



花仙子企業股份有限公司



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。





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



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
- 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
成立蘇州花仙子環保科技有限公司
- 2014年 取得帝凱(好神拖)公司經營權
- 2017年 成立越南花仙子
- 2018年 第一次發行公司債全數轉換完畢，資本額增加為NT\$632MM



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
- 楊梅新廠

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」



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur felis ornare, tincidunt nisi viverra, pretibus et magnis dis parturient montes egestas ipsum sed felis pellentesque interdum ornare augue. Class aptent conchobla nostra, per inceptos himenaeurna scelerisque, imperdiet felis. In vulputate nec.

Nam nec arcu in sem fermentum condict urna. Proin id mi ornare, dignissimmodo accu diam, at blandit elit tincid scelerisque euismod, orci leo vestibul enim urna ut odio. Ut eleifend dictum diam, quis hendrerit nisi. Etiam vel d aliquam consectetur purus sed diam tis. Nam convallis nisi ut urna aliquet Mauris diam orci, cursus et libero ut, dictum nibh. Integer sagittis odio nebus. Vestibulum ante ipsum primis in uere cubilia Curae; Maecenas nisl augpharetra mauris. Proin porttitor matta sed velit aliquam dictum. In commodo velit euismod bibendum. Aenean vari accumsan in.

Class aptent taciti sociosqu ad litora cepros himenaeos. Nulla eget condictum perdit nunc posuere volutpat quis pellentesque est, quis ultricies diam. nulla, auctor at vehicula sit amet, conplacemat tempus vitae vel ligula. Nuncmentum ac id sapien. Aenean vitae so

Cras et diam eget ligula condimentum dictum imperdiet, turpis felis placera nibh. Nullam in nunc ac sem finibus felis vitae rhoncus vulputate, urna fe sapien non nunc. Aliquam sodales pu tra sit amet. Morbi aliquet vehicula le Mesbi scelerisque ex finibus, accums malesuada purus, et malesuada munc tique. Praesent hendrerit interdum orn et. Pellentesque auctor eros eu anturpis gravida dictum.



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



公司旗下品牌



| Corelle
| Brands



公司產品-去味大師&花仙子香氛系列

香氛袋



膠狀



液體



噴霧



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

產品
用途

廚房



地板



水管



馬桶/浴室



公司產品 - 「茶樹莊園」天然洗劑

洗碗精



500g

1000g



700g

洗衣精



2000g



1500g

地板清潔劑



2000g

洗衣槽



250g x 3

公司產品 - 「驅塵氏」工具系列

垃圾袋



菜瓜布



抹布



旋轉拖把



乾溼拖、乾溼巾



膠棉拖



輕巧 平板拖



彈力掃把



除塵擲



黏塵系列





公司產品 - 「好神拖」工具系列

新品系列彩盒_布盤2入



新品系列彩盒_布盤1入





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

- 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





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



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*
除濕劑	#1	82%
香氛	#1	57%
靜電拖把及除塵紙	#1	68%
旋轉拖把	#1	74%
黏塵滾輪拖	#1	30%
馬桶水箱清潔錠	#1	36%
浴廁清潔	#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：

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



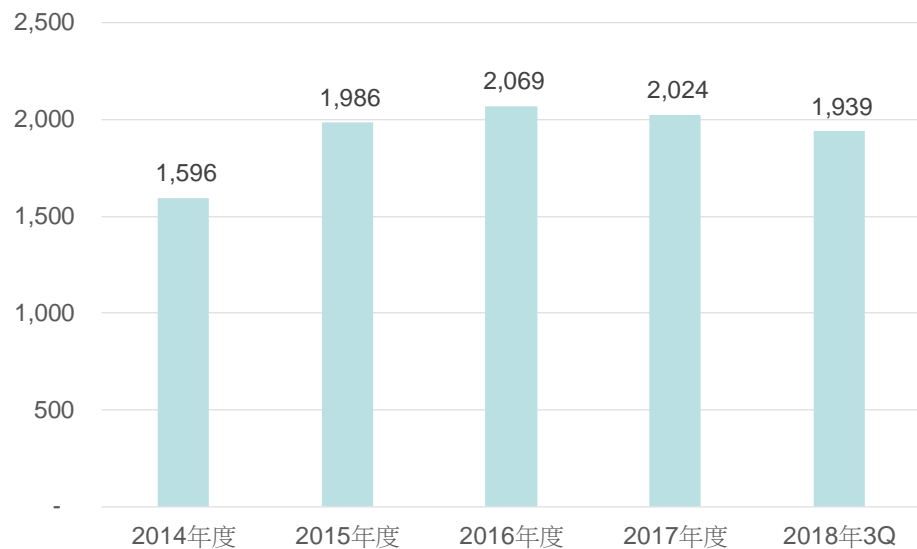


- 公司簡介
- 主要產品
- 企業社會責任
- 競爭優勢
- 營業概況
- 未來策略方向

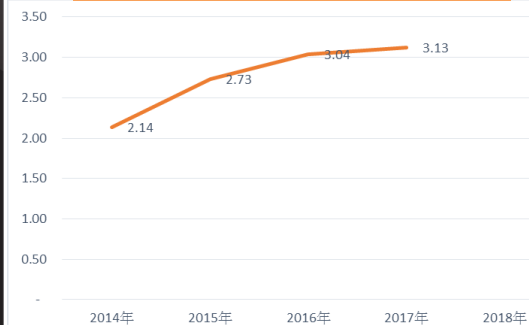
花仙子過去五年營運成果

營業收入

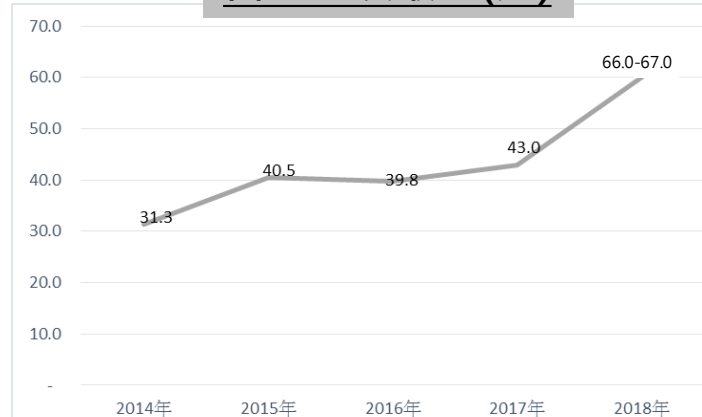
單位:新台幣百萬元



每股盈餘EPS(元)



當年股價最高(元)



營運版圖趨勢與與營收分佈





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

farcent

花仙子集團願景



亞洲領導品牌 Regional FMCG Company
年輕化 有品味的潮牌

未來策略方向 – 台灣

擴充產品線 提升品牌形象



產品面

1. 擴充時尚香水調系列商品
2. 跨足新品類市場
3. 擴充天然環保系列商品
4. 產品包裝全面升級

通路面

1. 強化特販通路
2. 優化電商通路
3. D2C自營電商平台策略

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

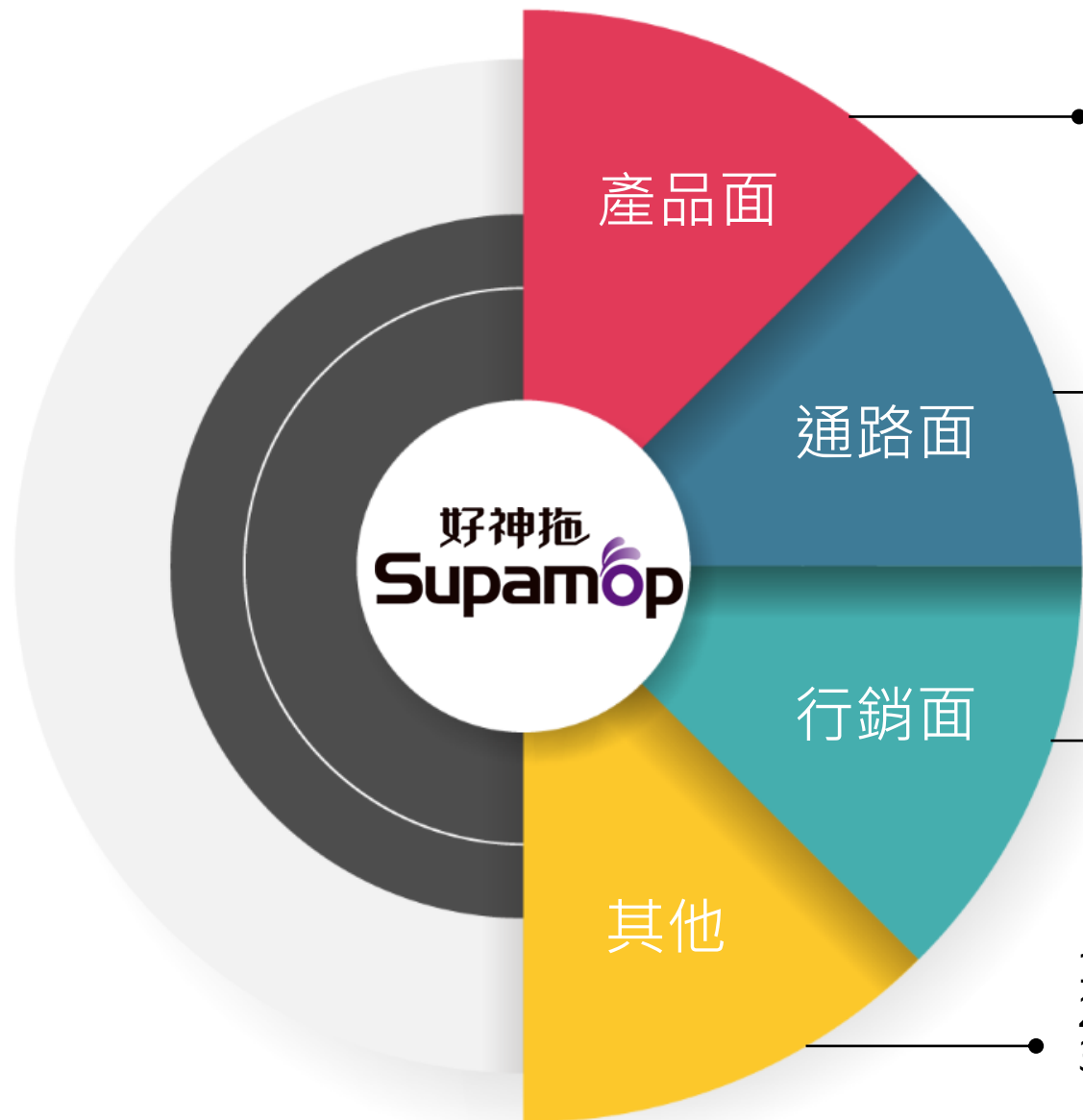
其他

1. 台灣組織擴充
2. 特殊大型會員行銷案(代理,康寧)



未來策略方向 – 帝凱

產品創新 品牌年輕化



- 1. 創新免手洗平板商品導入
- 2. 限量季節商品

- 1. 加強電商投資
- 2. 持續新通路與新客戶開發

- 1. 品牌形象專業化及年輕化
- 2. 強化季節性話題性操作
- 3. 強化通路陳列執行

- 1. 異業策略聯盟
- 2. 產學合作
- 3. OEM 產品 sourcing





中國客戶經營成果

經營客戶數
增長

2017



2018



網購業績
YTD增長

2017



2018



天貓双十一
業績增長

2017



2018

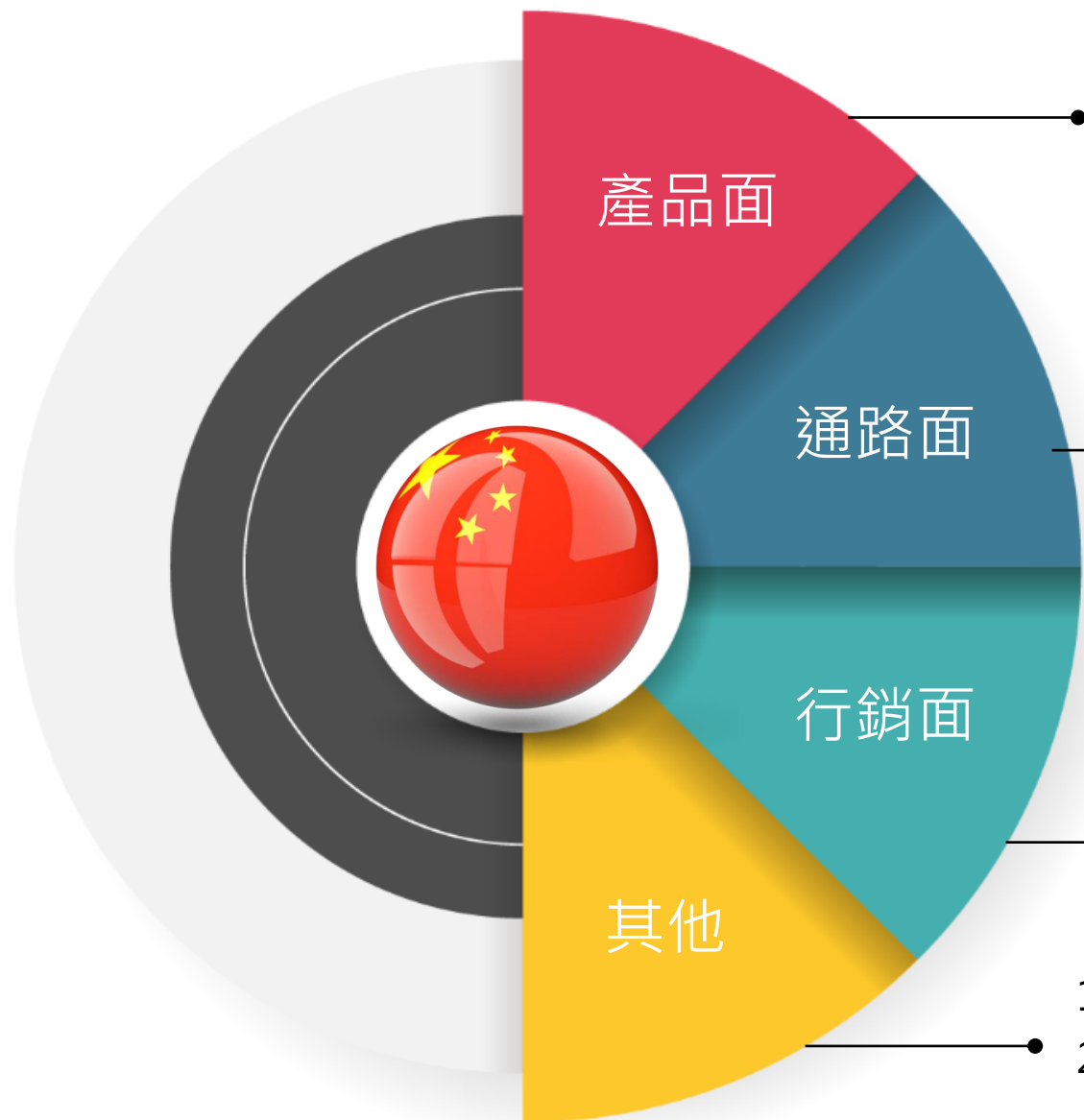


↑ +32%



未來策略方向 – 中國

拓展渠道 產品升級與擴充產品線



1. 產品包裝全面升級
2. 擴充拖把系列產品
3. 芳香系列產品升級



1. 電商: 增加副品牌搶攻市占
2. 實體: 擴展空白區域, 經銷商與地區型連鎖客戶
3. 贈品通路开发, 百事、康师傅等知名品牌合作



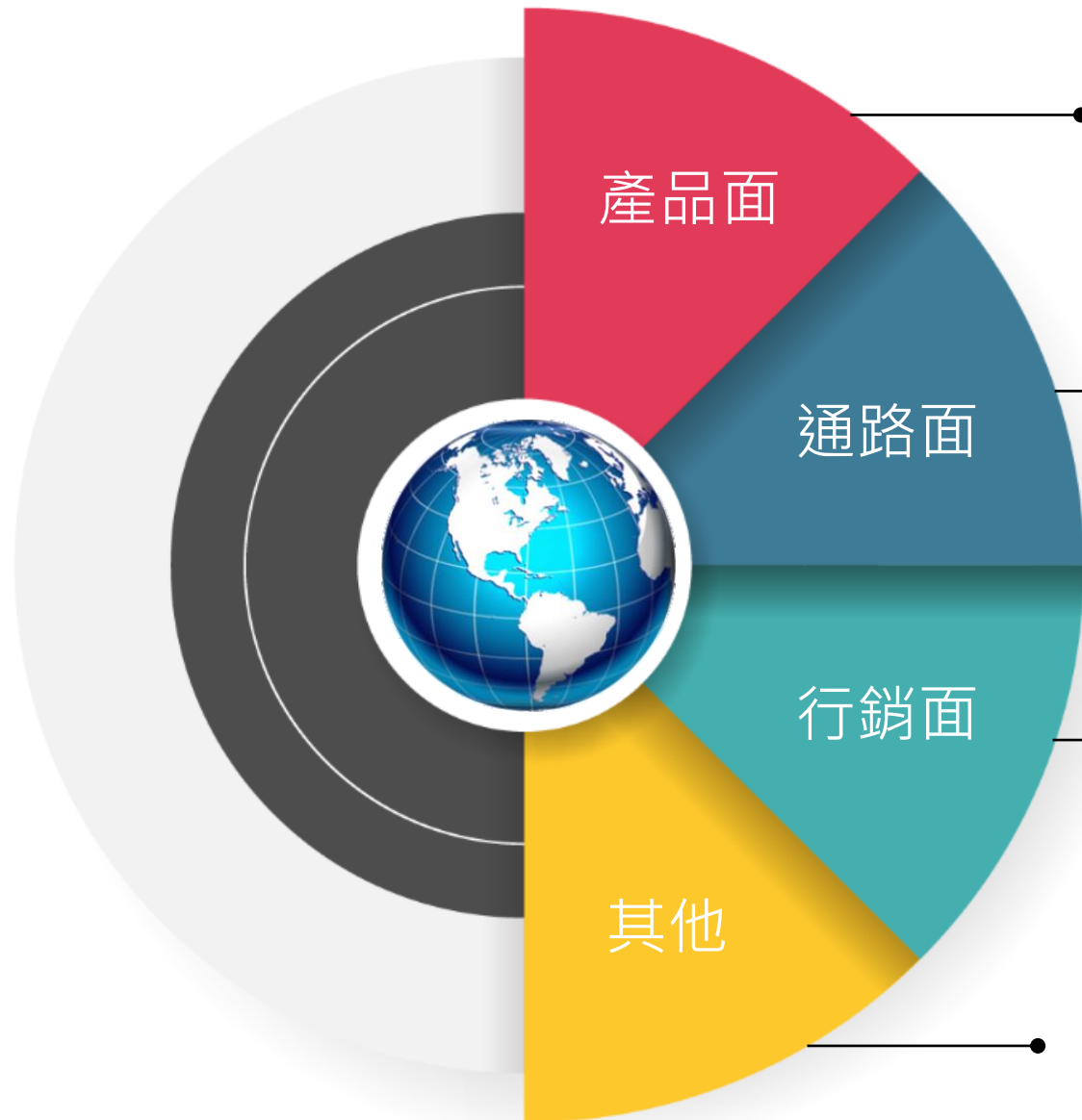
1. 線上: 擴大年輕社群活動與增加直播露出
2. 線下: 深入商圈與校園推廣活動

1. 優化營銷組織
2. 管理流程系統化



未來策略方向 – OEM

研發創新+生產優勢



產品面

- 1. 產品差異化
- 2. 主動為客戶規劃及設計產品

通路面

- 1. 加速網路開發,因應採購虛擬化
- 2. 積極參展加速新客拓展

行銷面

- 1. 投入關鍵字行銷增加曝光
- 2. 定期發送新品情報

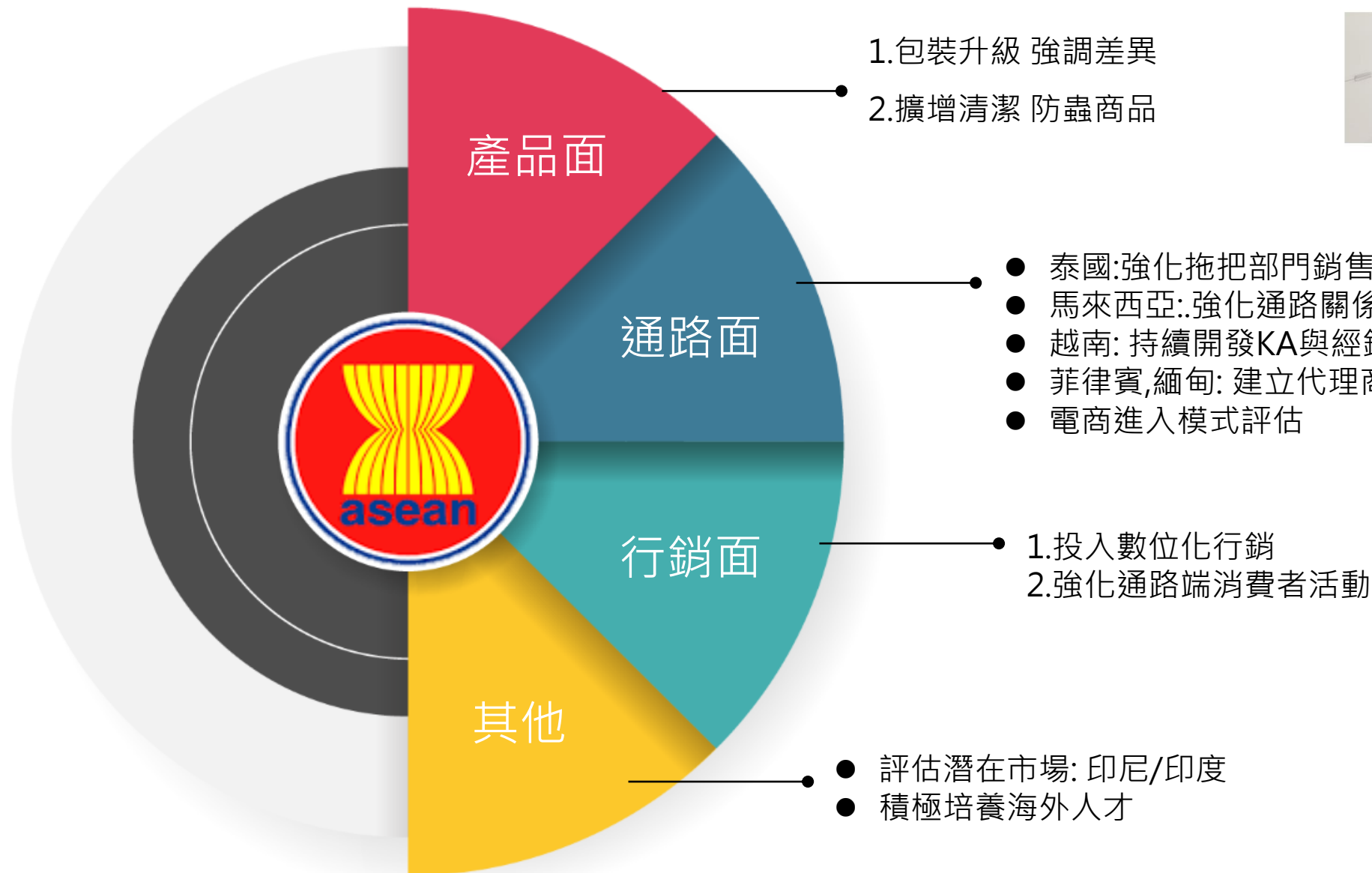
其他

- 1. 與其他供應商策略合作,互補產品線缺口

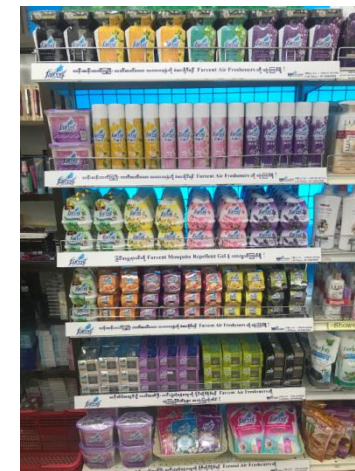


未來策略方向 – 東協

通路與區域拓展 產品在地化



We look forward to bringing Farcent in every Home!



Thank
you