
特力(2908:TT)
2019年第二季投資人報告資料

2019 September

法律聲明

- 特力股份有限公司於本次簡報中所提供的訊息(包括所有前瞻性聲明forward-looking statements)均有可能因新訊息、未來事件發生或其他原因而有變化，本公司並不承擔任何關於本簡報中訊息之更新或更正的責任
- 本簡報中所提出之前瞻性聲明與實際結果可能具有差異，並非明示或暗示之保證所提供的訊息具正確性、完整性或可靠性，也並非指針對公司、市場所提出的正式聲明。
- 2013年1月1日起，本公司已採用國際會計準則理事會所發行的國際會計準則(IFRS)、並經中華民國金融監督管理委員會(FSC)認證。本公司依據國際會計準則出具年度及期中合併財務報告，唯台灣所採用之國際會計準則與原先採用的三般公認會計原則之間會存在重大差異，故2013年的財務數字與先前發布的中華民國三般公認會計準則下的財務信息相比可能存在重大差異。

童至祥
集團執行長
TEL:886-2-8791-5888

張嘉宏(如有額外資訊需求請聯絡)
特力(股)公司投資人關係管理部暨代理發言人
TEL: 886-2-8791-5888 ext.5041
Email: Eric-JH.Chang@testritegroup.com

林素玲
特力(股)公司財務資深副總經理暨發言人
TEL:886-2-8791-5888

陳玄臻
投資人關係部主任
TEL:886-2-8791-5888 ext.5936
Email: investor@testritegroup.com

Agenda

	頁次
● 2019 Q2 Snapshot	4
● 2019 年第二季財務資訊摘要	5
● 集團介紹	12
● 零售事業	17
● 貿易事業	30
● 附錄	37

2019Q2 Snapshot

GROUP OVERVIEW

NT\$ 9,335 M

營業收入

NT\$2,580 M

營業毛利

NT\$152 M

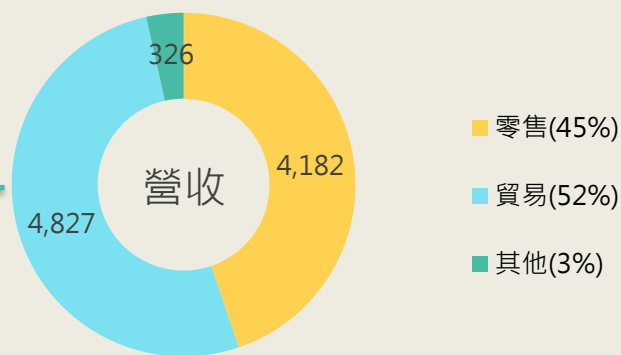
營業淨利

NT\$ (382)M

稅後淨利

NT\$(0.75)

EPS



特力屋台灣

28 stores

和樂中國

17 stores

和樂台灣

26 stores

品牌代理

21 brands

零售合計銷售額

NT\$4,182 M

特力屋自有品牌佔比
20.2%

和樂台灣自有品牌佔比
40%

貿易總出貨量
NT\$7,987M

北美出貨佔比
91%

歐洲出貨佔比
4.4%

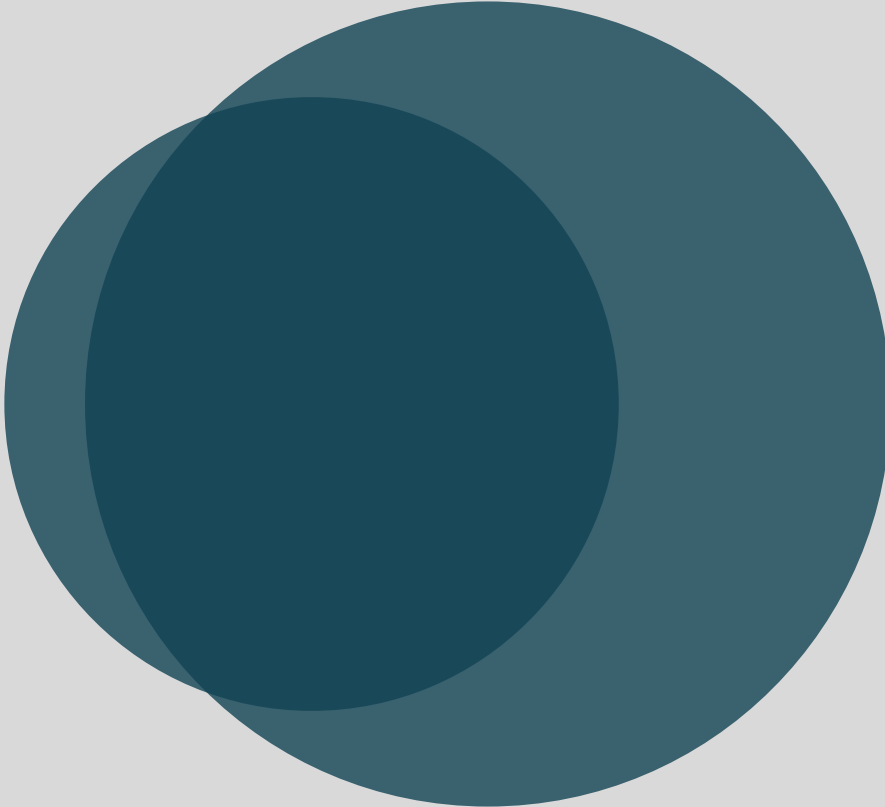
全球營運

8 國家地區 / 11 據點

物流中心

4 國家

全球員工總數
5,170 人



2019第二季 財務資訊摘要

2019第二季財務資訊摘要

營業收入(YoY)

2Q19: -5.9 %

2Q18: 6.9 %

毛利率

2Q19: 27.6%

2Q18: 25.3%

受惠於新商品之高毛利挹注及近期原物料價格之修正，毛利率較去年同期上升。

營業利益率

2Q19: 1.6%

2Q18: 1.2%

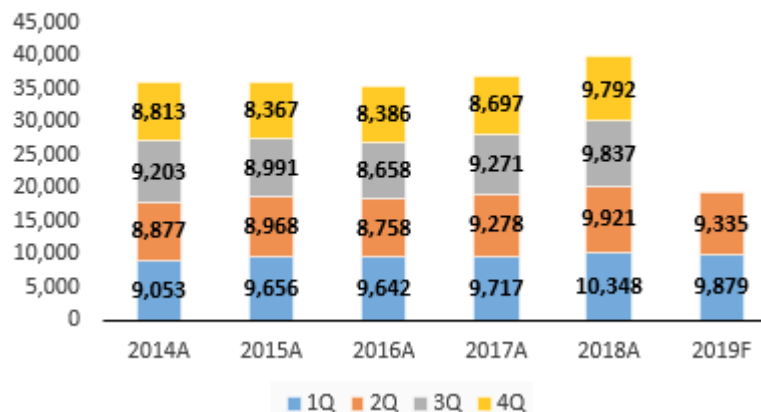
受惠於本期毛利率之提升，進而帶動營業利益，較去年同期增加。

(新台幣/百萬元)	2Q19	2Q18	年增(減)率%	FY2019	FY2018	年增(減)率%
營業收入	9,335	9,921	-5.9%	19,214	20,269	-5.2%
營業成本	(6,755)	(7,409)	-8.8%	(13,821)	(14,984)	-7.8%
營業毛利	2,580	2,512	2.7%	5,393	5,285	2.1%
營業費用	(2,428)	(2,391)	1.6%	(4,929)	(4,866)	1.3%
營業利益	152	121	25.9%	464	419	10.9%
營業外收(支)	(541)	42	NA	(632)	1	NA
稅前淨利	(389)	163	-339.6%	(168)	420	-140.0%
本期淨利	(381)	138	-385.0%	-201	450	-145.3%
其他綜合淨利	(32)	6	#DIV/0!	-13	24	#DIV/0!
本期綜合淨利	(413)	144	-385.0%	-214	474	-145.3%
淨利歸屬於本公司業主	(382)	134	-385.0%	-204	443	-146.0%
(新台幣;元)						
基本每股盈餘	-0.75	0.26	-380.6%	-0.40	0.87	-146.3%
稀釋每股盈餘	-0.75	0.26	-380.6%	-0.40	0.87	-146.3%
毛利率	27.6%	25.3%	2.3%	28.1%	26.1%	2.0%
營業利益率	1.6%	1.2%	0.4%	2.4%	2.1%	0.4%
稅前淨利率	-4.2%	1.6%	-5.8%	-0.9%	2.1%	-2.9%
稅後淨利率	-4.1%	1.4%	-5.4%	-1.1%	2.2%	-3.2%

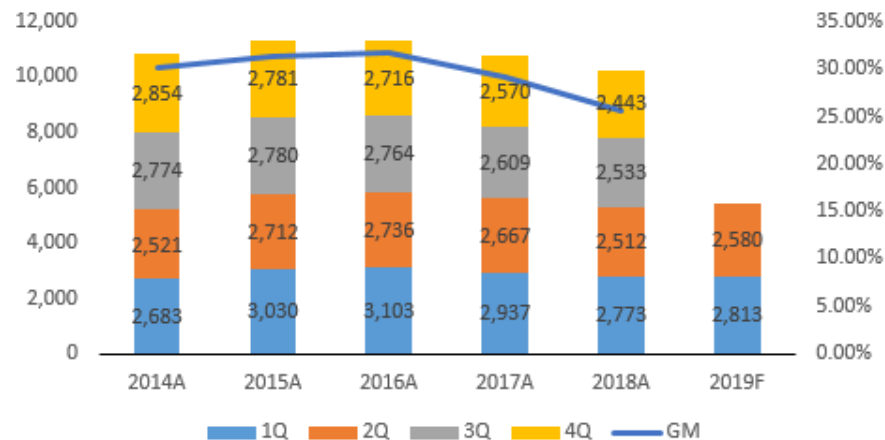
營運及獲利表現

Unit: NTD million

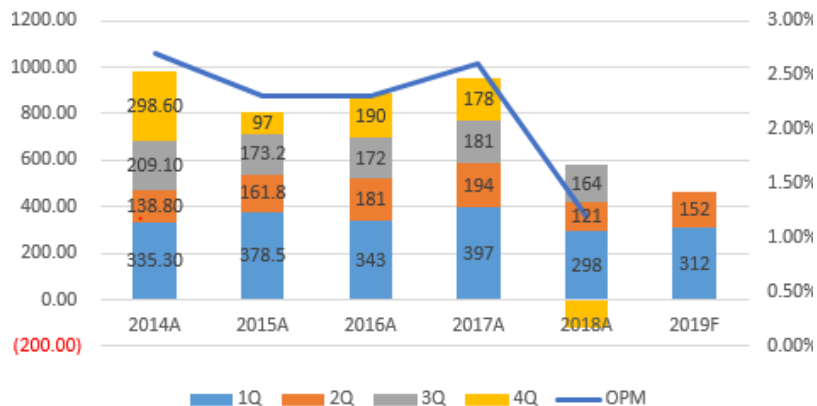
SALES



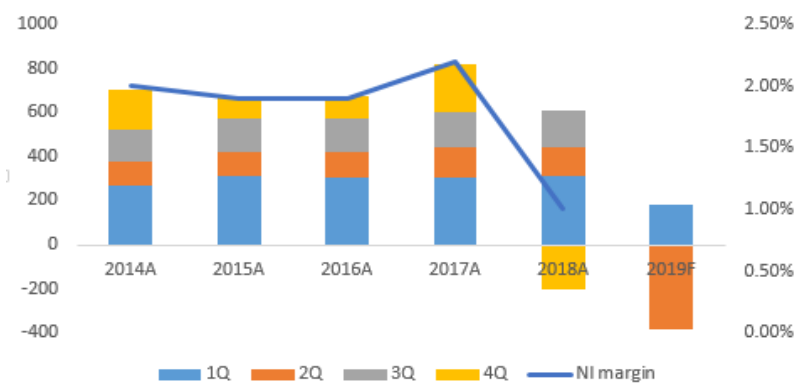
GP



OP



NI

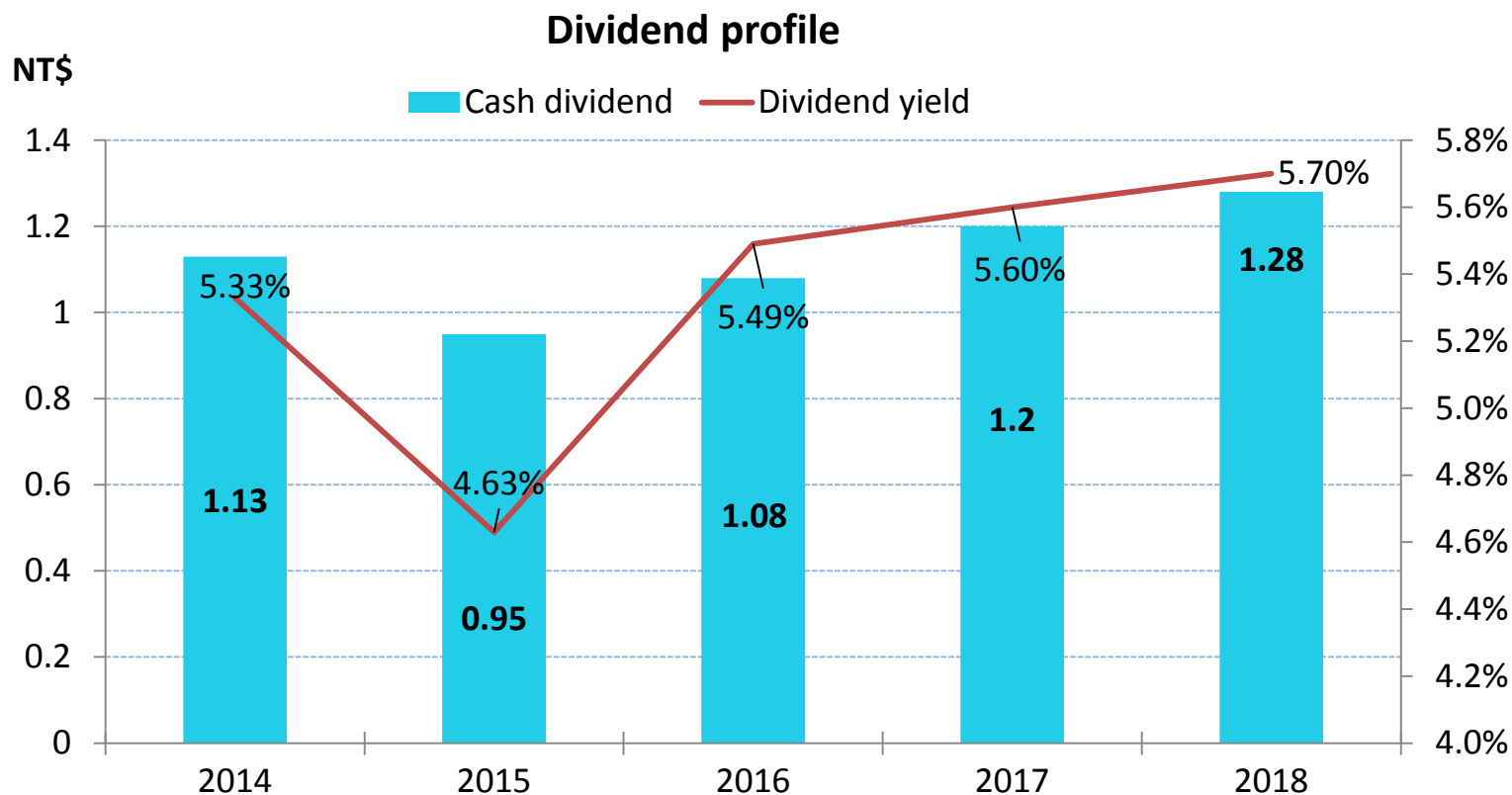


註:中國一次性閉店造成2018Q4和2019年Q2產生一次性費用

註:中國一次性閉店造成2018Q4和2019年Q2稅後淨利下降

Stable Cash Div. and Div. Yield

NT\$	2014	2015	2016	2017	2018
Cash dividend	1.13	0.95	1.08	1.20	1.28
Dividend yield	5.33%	4.63%	5.49%	5.60%	5.7%



長期投資價值-屹立台灣百大服務業30年



二九八九年高居前百大的企業當中，連年屹立百大榜單始終不墜的企業，服務業僅十三家。

公司名稱	1986排名	2018排名
台灣電力	1	1
中華電信	2	10
和泰汽車	17	11
長榮海運	4	12
中華航空	3	13
陽明海運	7	16
萬海航運	37	25
中鼎工程	33	28
遠東百貨	14	41
特力	43	40
台灣自來水	13	56
交通部鐵路管理局	8	62

服務業變化速度快，消費者喜好潮流不斷更迭，能屹立於百大服務業30年者，多為國營之民生事業單位。如此更表現出特力長期穩健經營管理風格，提供股東長期投資價值，從2016年起，排名逐年往前進一名。

追求股東最佳利益

特力集團追求股東最佳利益

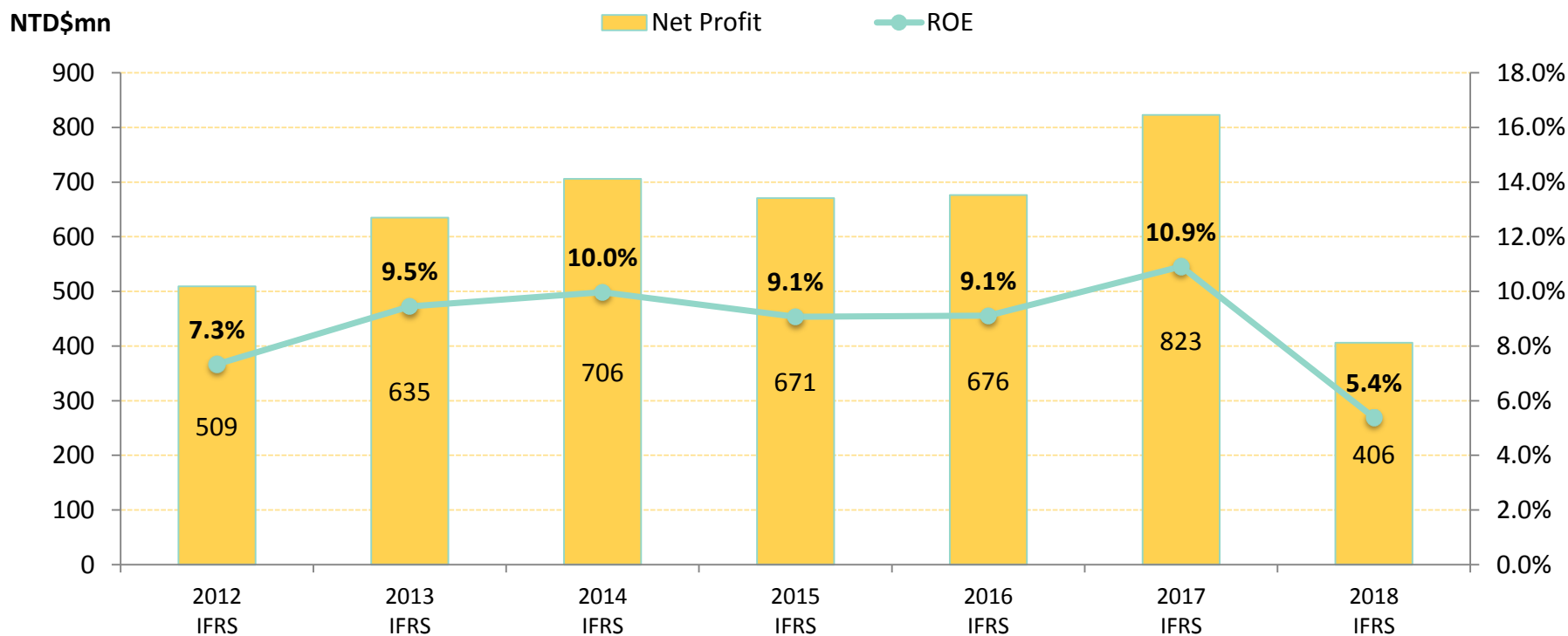
近五年股東權益報酬率(ROE)穩定介於9-11%

高透明度

特力為證交所「公司治理」排名位於6%-20%

評鑑項目：維護股東權益、平等對待股東、強化董事會結構與運作、提昇資訊透明度以及落實企業社會責任

TR Group ROE & Net profit



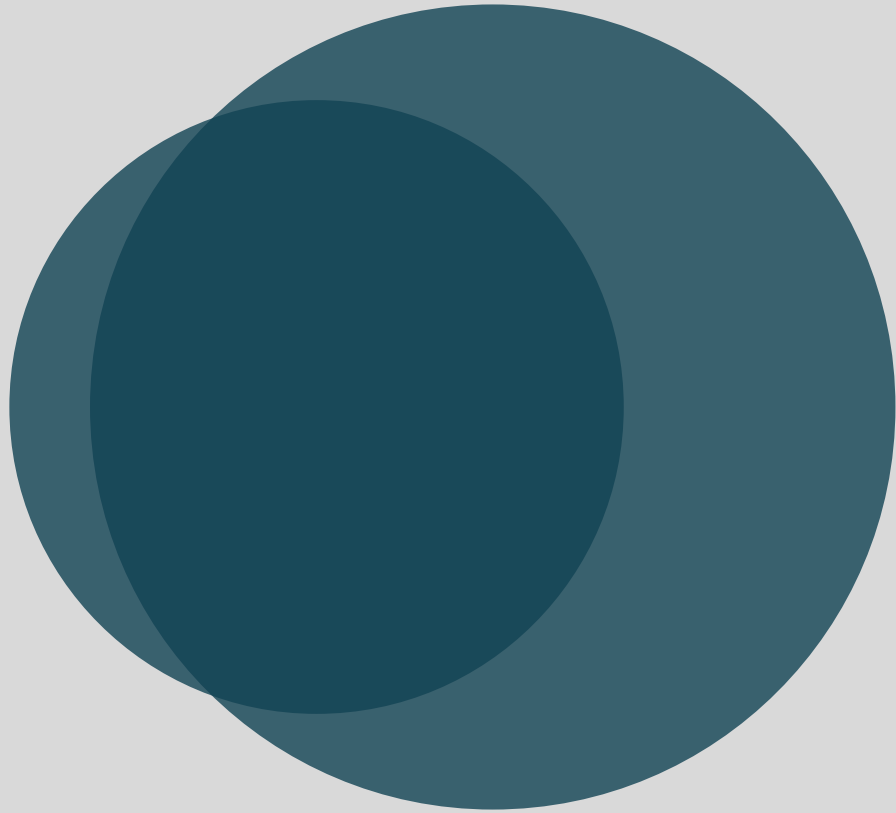
2019年展望

貿易事業

- 1) 續深耕大客戶 (Walmart , Hillman, Costco, Chewy, Autozone .等) ，並開發客戶，提升出貨量。與供應商發展更深與更廣的之策略合作，並強化供應鏈關係。
- 2) 除維持既有品類成長外，亦持續開發新品類產品，同時強化產品專業及差異性，持續朝產品公司轉型。以產品開發能力及採購和供應鏈管理服務，致力於為客戶提供更高附加價值服務。
- 3) 與供應商發展更深與更廣的之策略合作，並強化供應鏈關係。
- 4) 強化Global Sourcing能力，深化南進供應鏈，落實採購地區之多元布局。
- 5) QAQC深化內外部客戶服務。

零售事業

- 1) 提高自有品牌比重，增進商品差異化，進而優化供應鏈及商品成本。
- 2) 強化話題商品的完整性整合，提出聯名獨家商品開發，依循電影宣傳計畫上市。
- 3) 擴大和End maker之合作及商品開發。
- 4) 持續拓展品牌代理業務。
- 5) 強化特力屋室內裝修事業體之體質與服務能量，提供消費者更高附加價值。
- 6) 持續進化互動服務，增加體驗樂趣，提升顧客黏著度。
- 7) 持續拓展多元銷售管道，加強線上線下串流，擴大銷售水位。



集團介紹

經營團隊



何湯雄先生(Tony Ho)
特力集團總裁及創始人

在集團零售業務的擴張和上市中扮演了至關重要的角色。何先生畢業于臺灣大學暨上海復旦大學EMBA，其題目是：以大型零售集團為例，如何通過組織轉型追求進二步發展。



李麗秋女士(Judy Lee)
特力集團董事長及創始人

作為知名的“手工具女王”，Judy是資深的進出口貿易業務專家。2014年獲「福布斯雜誌」評選為亞洲50大女企業家第20名，更於2015年獲得安永評選為臺灣地區年度企業家代表。



童至祥女士(Sophia Tong)
特力集團執行長

2009年加入特力集團，領導集團貿易和零售業務。童女士歷任IBM大中華區銀行業務主管，並在2006-2009年擔任IBM臺灣總經理二職，擁有25年IBM從業經驗。

大事紀

-
- 2018 推出全新通路品牌「hoi! 好好生活」
 - 2017 整合零售各通路資源之「特力家購物網」上線
 - 2016 特力屋新概念綠建築賣場 – 西屯店開幕
 - 2015 代理品牌Crate & Barrel在台灣首間旗艦店開幕
 - 2014 設立上海自貿區物流中心; 買回德國各分支公司股份
 - 2013 併購利臺國際股份有限公司
 - 2012 出售69%東隆股權 ; 買下49%TRPC股權
 - 2011 特力家居南崁店開幕
 - 2010 順利完成零售通路四合二計畫
 - 2008 向Kingfisher集團購回50%特力屋合資股權
 - 2004 設立HOLA China (HOLA特力屋)
 - 2001 享譽國際名列富比士雜誌 (Forbes)– The Best 200 Small Companies
 - 1998 設立特力和樂HOLA Taiwan – 家居家飾
 - 1995 設立B&Q特力屋Taiwan – 居家修繕
 - 1993 股票於台灣證券交易所掛牌上市 (2908TT)
 - 1978 公司成立 (專營手工具出口的貿易公司起家)

集團架構

特力零售事業 (2019Q2 合併營收:~新台幣14.6億元)

家家飾	HOLA特力Taiwan(26) 和樂 Hoi! 好好生活(8) China(17)
居家修繕	TLW特力屋(28)、 特力幸福家(3)、HISU(2)
床墊寢具	HOLACASA和樂名品傢俱(28)、HOLA Petite(7) WEDGWOOD(14)、FRETTE(6)、Zucchi+ELLE(3)
全方位居家 整合服務	DÉCOR House
品牌代理	Crate & Barrel(2)

市場布局

台灣

中國

特力貿易事業群 (2019Q2 合併營收:~新台幣14.8億元)



市場布局

美洲

泛歐洲

紐澳

東南亞

印度

附屬事業群

設計團隊

產品設計、包裝設計、工業設計

中欣實業

賣場興建、辦公大樓興建、招商

物流/倉儲服務

中國大陸台灣、美國、歐洲

Note: store numbers updated as on June 30th, 2019

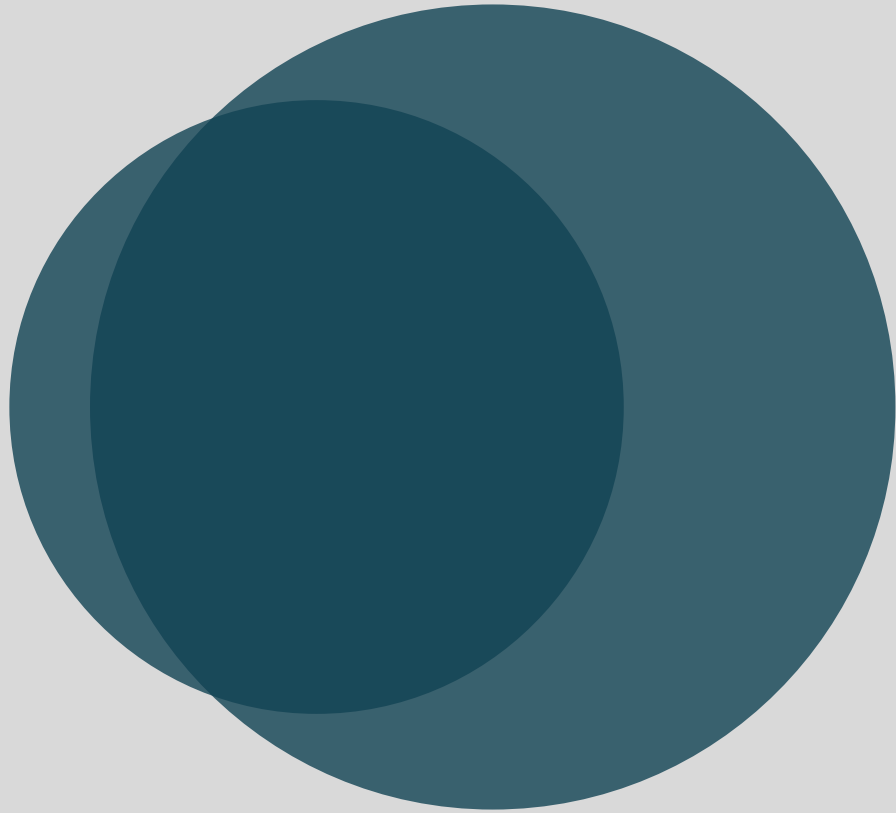
以「家」為中心的產業佈局

Store #	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A	2018A	2019Q2
TLW	26	26	26	27	27	27	28
HOLA TW	22	23	24	25	25	26	26
Avg. selling space(m ²)	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A	2018A	2019Q2
TLW	92,060	92,072	92,072	95,435	95,435	98,109	97,228
HOLA TW	53,117	52,979	54,476	55,443	52,760	52,760	50,876



Store Locations





零售事業

全方位居家生活及服務

HOLA特力和樂2018年榮獲服務業奧斯卡獎之稱的 **《遠見》五星服務獎**

憑藉門市同仁們用心滿足顧客需求，貼心專業的服務品質讓特力和樂第四度勇奪居家生活類首獎🏆未來將持續以客戶為中心提供更細緻的服務，帶給消費者絕佳體驗



★ ★ 2018年
《遠見》服務業大調查

業態	冠軍得主
居家生活	HOLA特力和樂
電信公司	遠傳電信
主題樂園	劍湖山世界
人壽保險	國泰人壽
商務飯店	台北大倉久和大飯店
連鎖餐飲	鼎泰豐
購物網站	東森購物
百貨 / 購物中心	中友百貨
直銷公司	安麗日用品公司

強化自有品牌銷售提升毛利

2Q2019

特力屋銷售佔比: 20.2%
 特力屋銷貨毛利: 51%
 HOLA銷售佔比: 40%
 HOLA銷貨毛利: 45.5%



Long-term Goal

TLW- 25%
 HOLA-55%

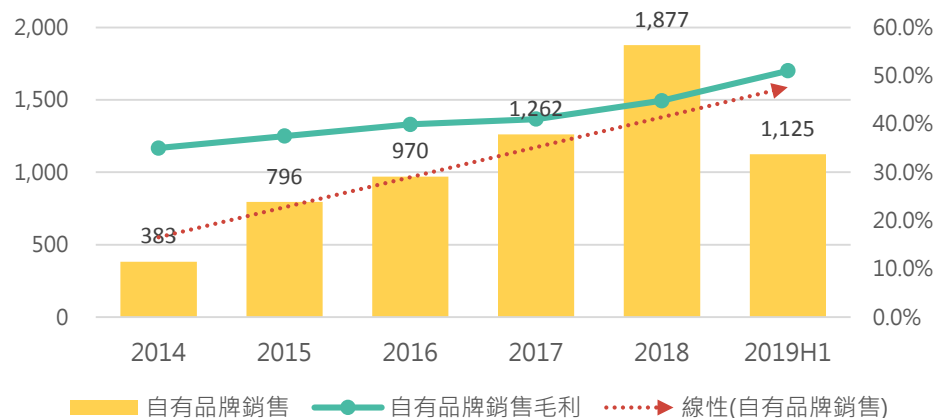
- Leading home décor trend by strengthening brand design ability



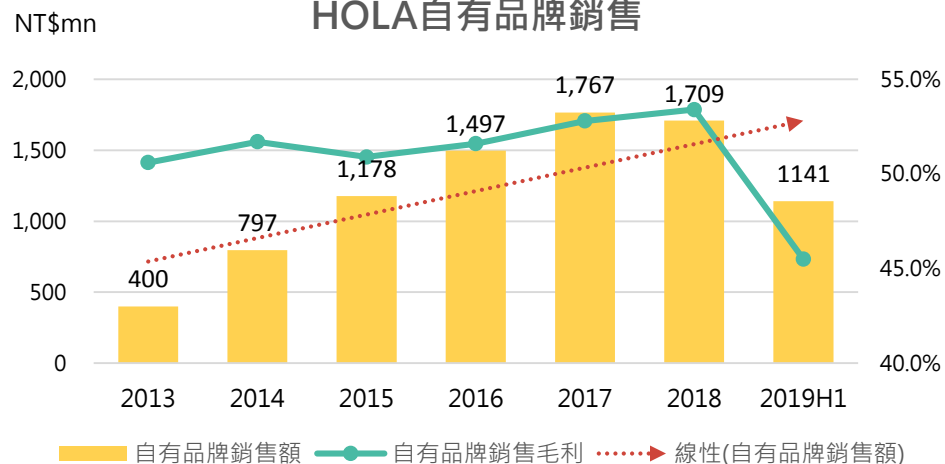
HOLA
特力和樂



TLW PL Sales



HOLA自有品牌銷售



新推出自有品牌－鍋具產品線



HOLA 自有商品專注三大風格設計，融入摩登現代，自然風與微奢風，通過層層品質把關，讓您可以品味生活中輕鬆美好的時刻。

Omni-Channel全通路結合

2017年12月 [特力家購物網](#) 上線，整合零售各通路資源

The screenshot shows the homepage of the Teli Home website. At the top, there is a navigation bar with the Teli Home logo on the left, a search bar in the center with the placeholder text "請輸入商品關鍵字, 品牌", and a shopping cart icon on the right. Below the navigation bar is a dark blue banner with white text and a large graphic of the number "3". The banner text includes "8/15 - 8/21", "夏出清", "SUMMER SALE", and "3折起". To the right of the text is a light blue sectional sofa with wooden legs and several decorative pillows. Below the sofa, there is a white box containing the text "小戶型設計 實木底架" and "北歐實木棉麻L型布沙發". At the bottom of the banner, there is a white box with the text "全站滿千折百 最高再折 2,400" and a "活動辦法" button. The price of the sofa is listed as "\$30,690" and "\$15,345".

特力+

請輸入商品關鍵字, 品牌

全部商品

特力屋 HOLA hoi! 好好生活 Crate&Barrel 特力家品

最新優惠 傢俱 層架收納 寢具傢飾 居家日用 餐廳美食 家電淨水 廚衛燈具 工具休閒

8/15 - 8/21

夏出清

SUMMER SALE

3折起

小戶型設計 實木底架

北歐實木棉麻L型布沙發

最高再折 2,400

活動辦法

\$30,690 \$15,345

Omni-Channel全通路結合

2Q2019

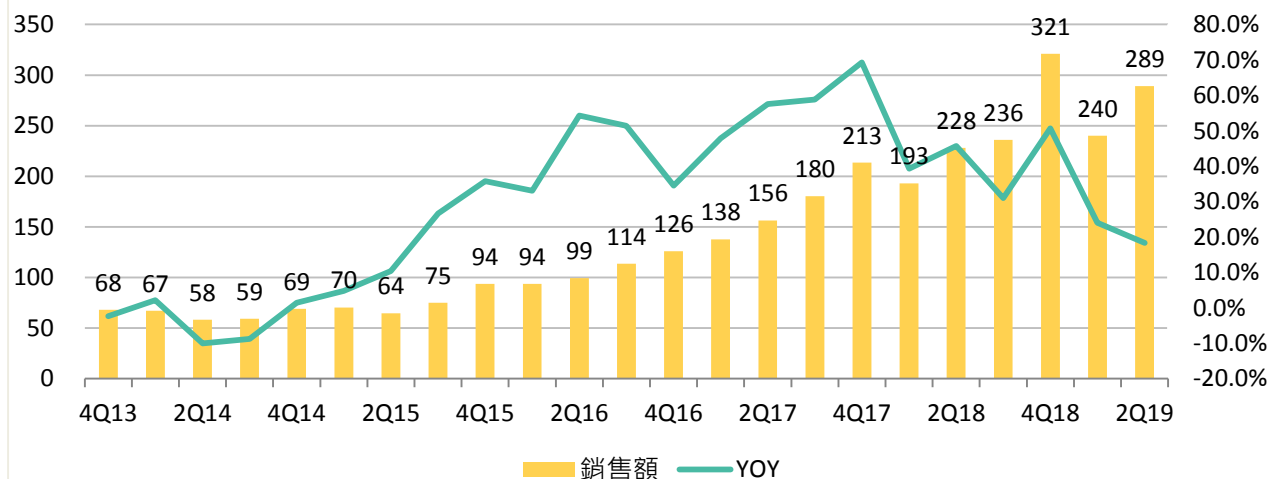
- 特力屋電商銷售佔比 7.6%
銷售金額YOY +16.3%
- HOLA電商銷售佔比 7.4 %
銷售金額YOY +23.6%



2019年目標

- POS系統的整合，打破線上線下的界線
- 強化實體店的體驗式行銷，並透過裝修服務提供客戶一條龍的服務
- 將線上的流量導入線下，達到在商品、支付、會員、促銷等面向線上線下之全通

電商線上銷售(單季)



註:不含線上發放於實體店使用之折價券業績

特力屋上架產品 > 40,000 項
HOLA 上架產品 > 30,000 項

線上客單約 1.5-2 倍 實體店客單

新零售科技體驗-hoi! 好好生活

2018年9月17日，特力正式推出新品牌「hoi! 好好生活」，同時開立了第一間智慧門市，針對年輕世代提供好設計、好價錢與好服務，應用了新零售的概念和科技，串連線上與線下、虛擬與實境體驗，推動居家產業的新零售轉型。



強化客戶體驗 (特力屋)



暑假期間特力屋全臺門市推出親子手作課程，讓孩子沉浸寓教於樂的手作DIY中，體驗手腦併用的挑戰與樂趣！



新零售科技體驗-特力屋推首間智慧門市

特力屋2019年1/11日再度締造里程碑，打造首間智慧門市，全新成立「特力屋大墩店」，在僅有400餘坪的空間大幅提高情境式陳列佔比，強化商品體驗，使門市消費不受存貨及陳列品項限制，達到現場玩、線上買的全新購物體驗，打破線上線下藩籬，提供消費者更多元的購物選擇，展現新零售的門店魅力。



新零售科技體驗-HOLA推首間智慧門店



在新型態概念店中，我們進一步導入數位科技，透過VR虛擬實境體驗，即時模擬出商品置於情境空間的效果。無論是從下廚到上桌、從共聚到休憩、從舒壓到好眠，走進HOLA大墩店皆可先體驗、再選購適合自己的居家好物，體現在家更享受的Life style！」



全方位居家修繕及服務



2017年12月，特力屋好幫手與工研院產經中心IEK聯手，推出台灣第二個 **樂齡族友善生活平台**

簡單的操作介面，讓中高齡消費者輕鬆享有 居家清潔、局部叫修、無障礙空間設計 等全方位服務

成長動能-品牌代理事業

2Q2019

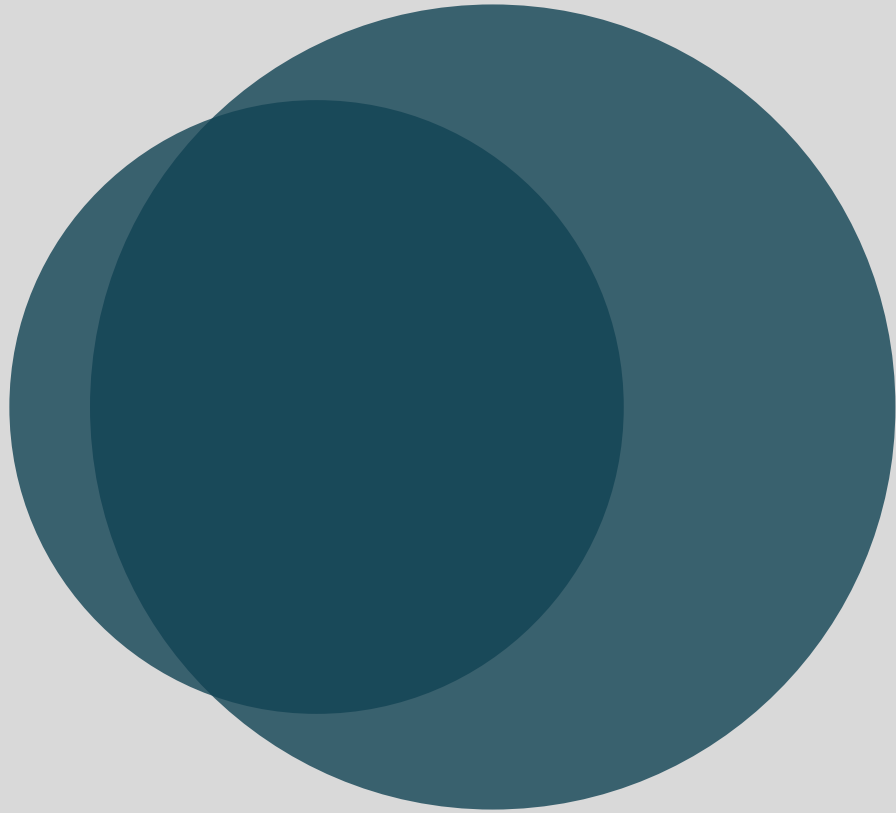
代理品牌數量總計21家



2019年目標

- 提昇代理品牌市場知名度
- 加強佈建銷售通路

	Appliance	Kitchen	Lighting	Décor/Textile
Product Brand	 	 	 	
Channel Brand (Franchising)		 		
Channel Brand (Licensing)		 		



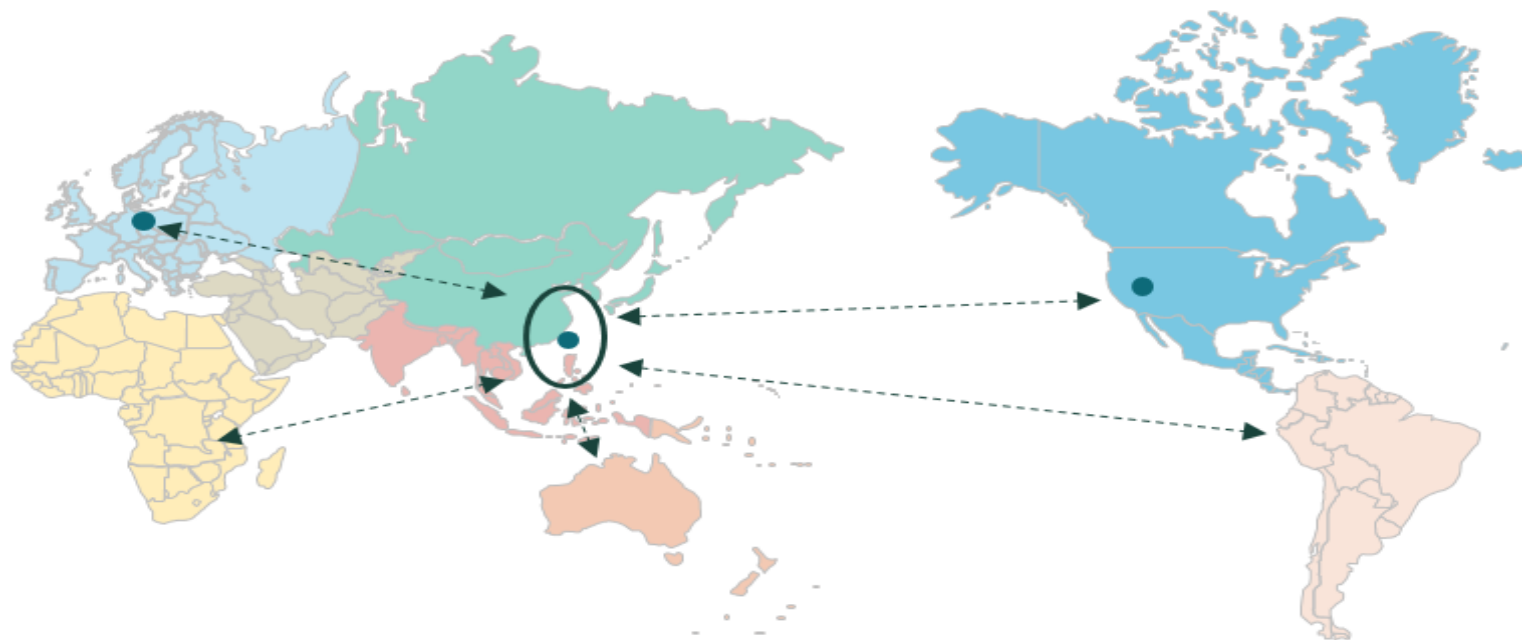
貿易事業

貿易事業全球佈局



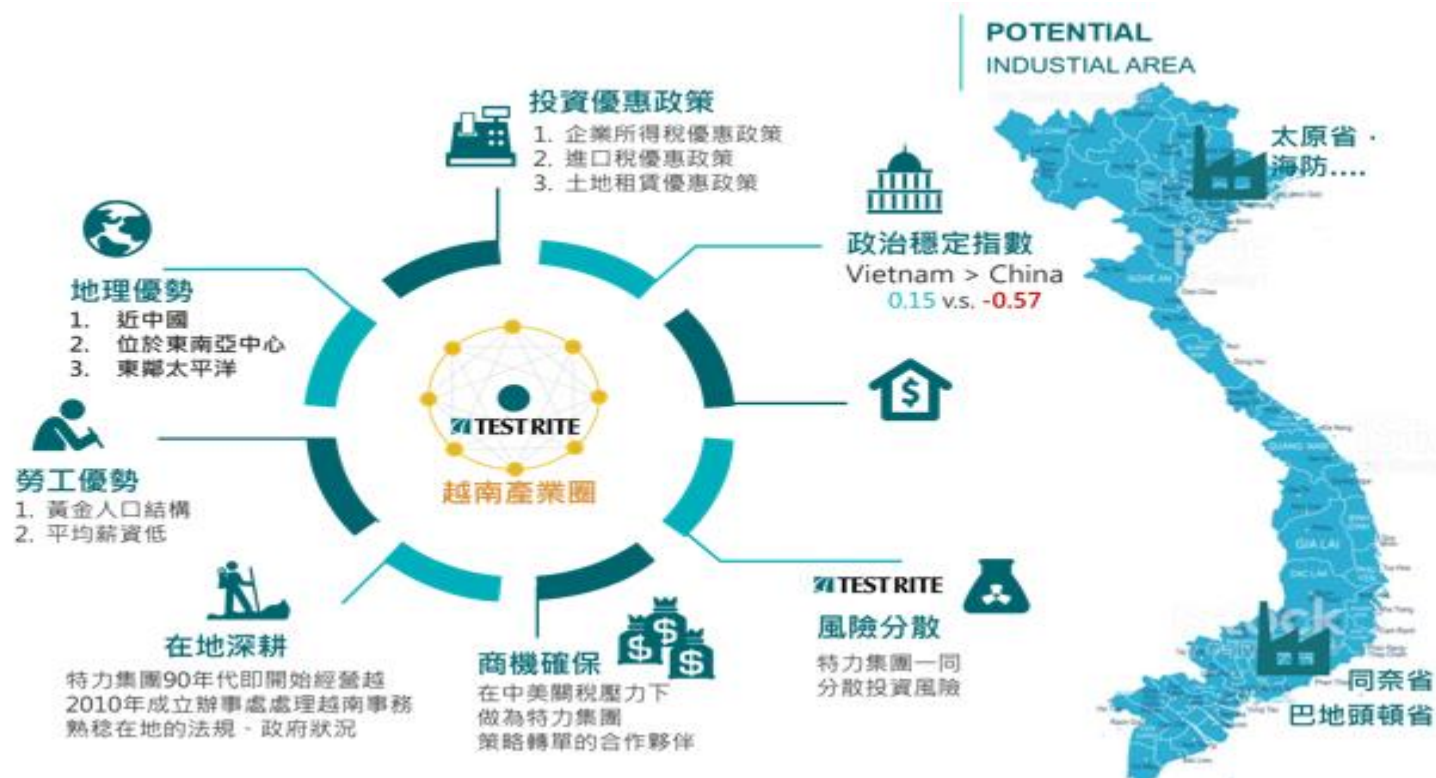
- 在全球8個國家/地區中，擁有11個據點；於臺灣、德國及美國等地設有物流中心
- 美國物流中心為傳統貿易客戶提供倉儲、物流配送系統及管理服務

貿易事業全球佈局



貿易事業南向供應鏈

- 因應美中貿易戰，結盟廠商策略轉單
- 除了越南，持續評估印尼，加快東南亞佈局
- 越南及印度提供QA/QC，深化客戶服務



北美市場活絡帶動貿易成長

2Q2019

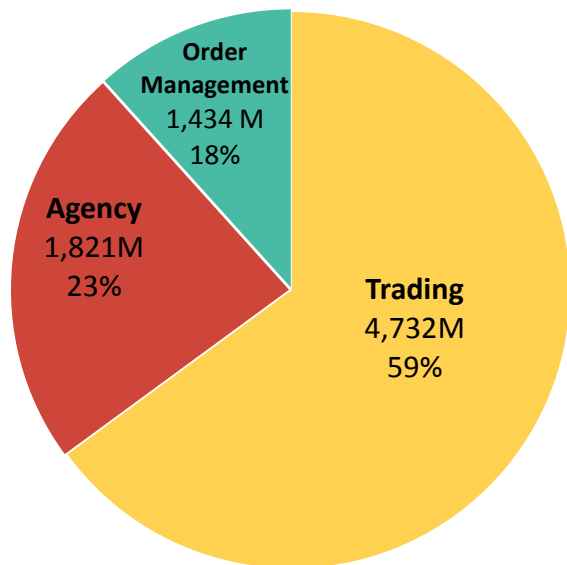
- 北美市場仍為成長最快速的區域。
- Hardline手工工具產品線表現依舊強勁。
- 季節性產品因受去年低基期影響，出貨量較去年同期有大幅成長。



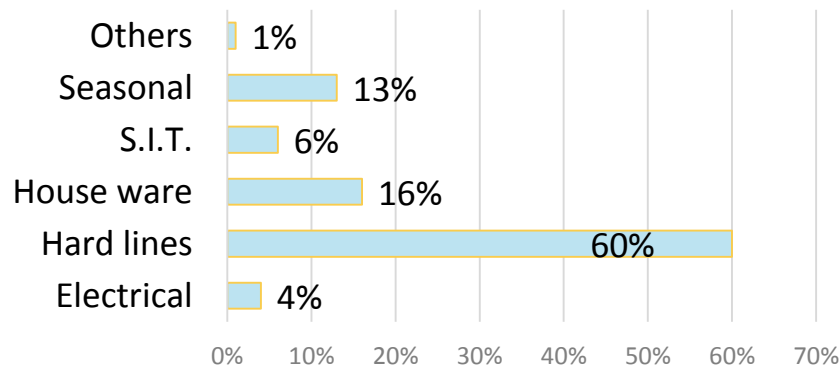
2019年目標

- Hardline, House Ware 等傳統貿易產品線維持成長
- 攜手策略夥伴Hillman雙方密切合作，提高傳統貿易出貨量
- 強化自行開發設計能力，轉型為產品公司
- Agency新客戶開發

貿易Q2出貨量NT\$7,987 M



Trading by Category



出貨量快速成長

2Q2019

- 傳統貿易受客戶調整庫存水位影響，較去年同期衰退。
- 採購代理事業訂單管理較去年同期成雙位數成長。



2019年目標

- 傳統貿易可望持續成長
- 採購代理持續雙位數之出貨成長率
- 訂單管理業務持續發展，出貨量續創新高

合併出貨金額(新台幣/仟元)	2019*	2018*	年增(減)率%
傳統貿易第二季出貨金額	4,732,122	4,936,523	-4.14%
採購代理第二季出貨金額	3,255,324	3,658,524	-11.02%
- 一般採購代理出貨	1,821,939	2,046,438	-10.97%
- 訂單管理出貨	1,433,385	1,088,004	31.74%
第二季總出貨金額	7,987,446	8,595,047	-7.07%

服務全球大型零售通路客戶

以產品專業性、採購和供應鏈管理服務，致力於為客戶提供更高附加價值服務



採購代理業務的成長



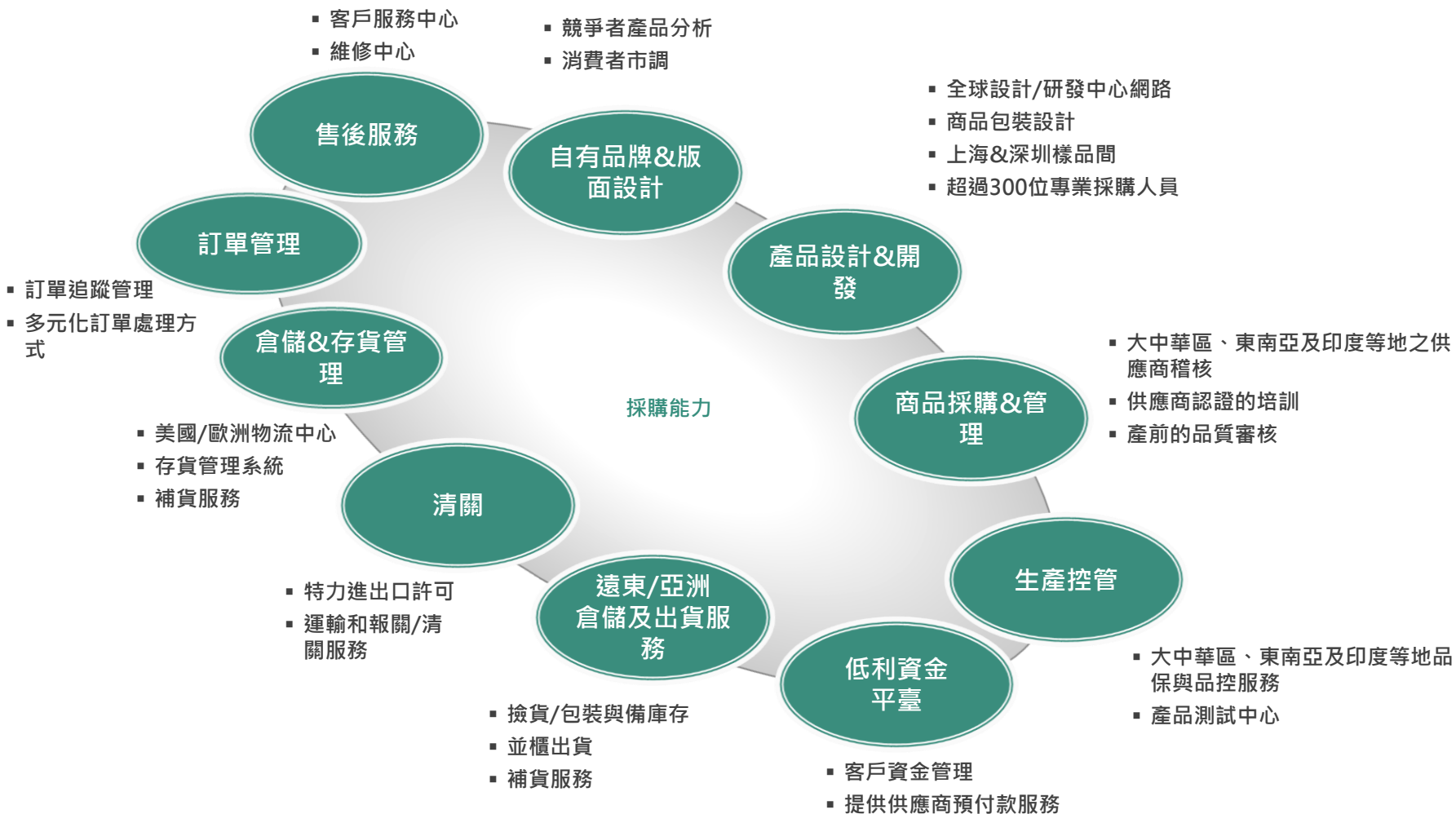
強化產品開發與設計能力

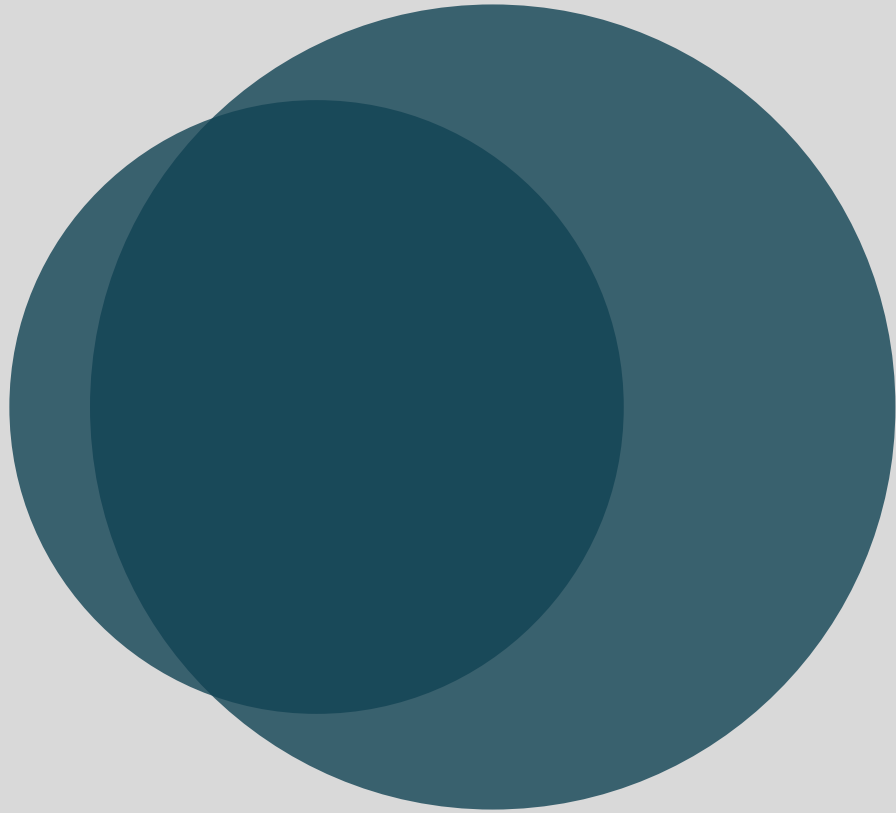
2014-2018 國際設計獎項 International Design Award

特力集團自2014年首次參與，即獲得國際設計獎項，至今已累積奪得11座國際設計大獎，包含3座包裝設計獎和8座產品設計獎。



貿易提供全方位服務





附錄

2019Q2 合併資產負債表

(NT\$mn)	2019	2018		2019	2018
現金及約當現金	1,857	2,193	短期借款	2,073	3,276
透過損益按公允價值衡量之金融資產— 流動	430	501	應付短期票券	100	80
合約資產-流動	176	376	透過損益按公允價值衡量之金融 負債-流動	1	
按攤銷後成本衡量之金融資產-流動	29	68	合約負債-流動	60	203
應收帳款及票據	4,550	4,436	應付帳款及票據	6,077	6,429
應收融資租賃款	19		應付股利	653	612
其他應收款	192	364	其他應付款	1,653	1,726
存貨	5,970	5,536	當期所得稅負債	63	116
預付款項	234	355	租賃負債-流動	1,825	-
其他金融資產	67	17	預收款款	558	599
其他流動資產	27	44	一年內到期長期借款	50	800
			其他流動負債	144	91
流動資產	13,551	13,890	流動負債	13,257	13,932

2019Q2 合併資產負債表(續)

(NT\$mn)	2019	2018		2019	2018
透過其他綜合損益按公允價值衡量之 金融資產 - 非流動	58	58	長期借款	7,762	4,522
按攤銷後成本衡量之金融資產-非流動	147	113	遞延所得稅負債	12	24
不動產、廠房及設備	6,325	7,113	租賃負債-非流動	8,480	-
使用權資產	10,944	-	淨確定福利負債 - 非流動	118	102
商譽及無形資產合計	2,541	2,627	存入保證金	233	237
遞延所得稅資產	1,429	1,282	其他非流動負債	116	85
應收融資租賃款-非流動	123	-	非流動負債合計	16,721	4,970
存出保證金	923	805	負債總額	29,978	18,902
其他非流動資產	278	524	股本	5,099	5,099
非流動資產	22,768	12,522	資本公積	352	648
			保留盈餘	1,284	1,895
			其他權益	(254)	(182)
			庫藏股票	(205)	
			母公司股東權益合計	6,276	7,460
			非控制權益	65	50
			股東權益總額	6,341	7,510
資產總額	36,319	26,412	負債及股東權益總額	36,319	26,412

THANK YOU

For Watching
