
特力(2908:TT) 2019年第三季投資人報告資料

2019 December

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 Q3 Snapshot	4
● 2019 年第三季財務資訊摘要	5
● 集團介紹	12
● 零售事業	17
● 貿易事業	30
● 附錄	37

2019Q3 Snapshot

GROUP OVERVIEW

NT\$ 9,781 M

營業收入

NT\$2,466 M

營業毛利

NT\$168 M

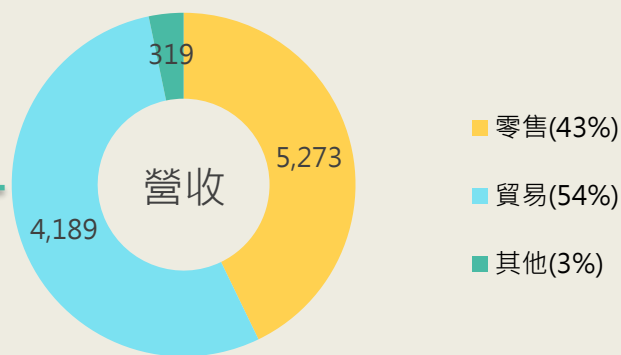
營業淨利

NT\$ 166 M

稅後淨利

NT\$0.33

EPS



特力屋台灣

27 stores

和樂台灣

26 stores

品牌代理

21 brands

hoi! 好好生活

8 stores

零售合計銷售額
NT\$4,189 M

特力屋自有品牌佔比
21.8%

和樂台灣自有品牌佔比
32.8%

貿易總出貨量
NT\$8,749M

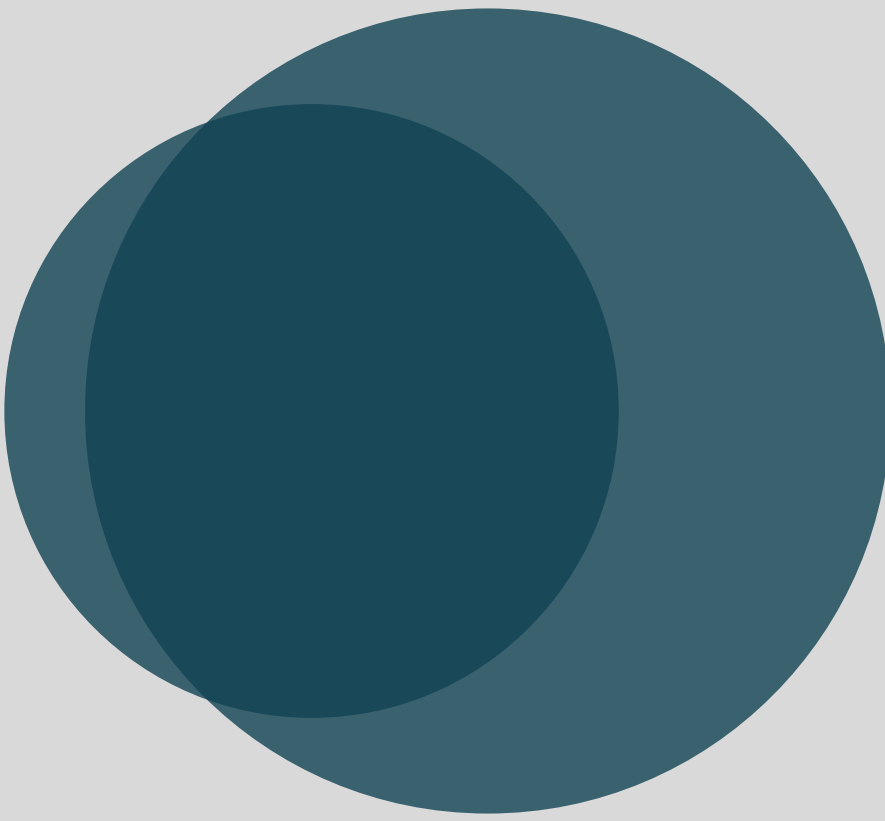
北美出貨佔比
98%

歐洲出貨佔比
1%

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
4,937 人



2019第三季 財務資訊摘要

2019第三季財務資訊摘要

營業收入(YoY)

3Q19:-0.6 %

3Q18: 6.1 %

毛利率

3Q19: 25.2%

3Q18: 25.8%

第三季毛利率因貿易事業較去年同期微幅下降，係為低毛利出貨品類增加所致。

營業利益率

3Q19: 1.7%

3Q18: 1.7%

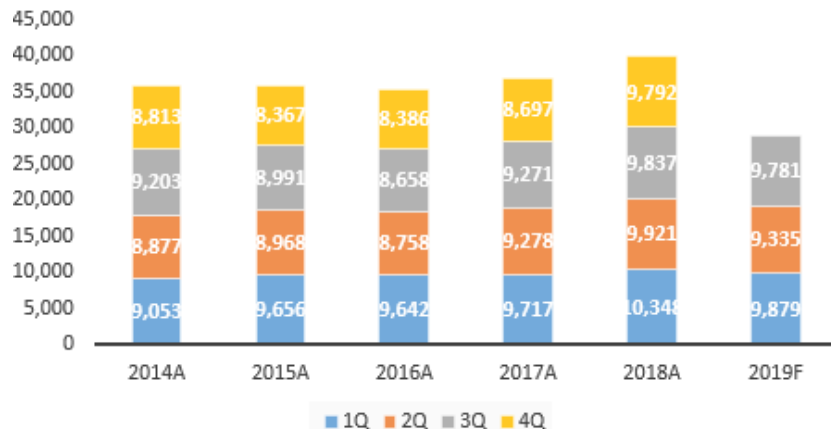
因營運績效提升及各項費用支出符合效益精進原則，較去年持平。

(新台幣/百萬元)	3Q19	3Q18	年增(減)率%	2019YTD	2018YTD	年增(減)率%
營業收入	9,781	9,837	-0.6%	28,994	30,106	-3.7%
營業成本	(7,315)	(7,304)	0.1%	(21,135)	(22,288)	-5.2%
營業毛利	2,466	2,533	-2.7%	7,859	7,818	0.5%
營業費用	(2,298)	(2,369)	-3.0%	(7,227)	(7,235)	-0.1%
營業利益	168	164	2.3%	632	583	8.4%
營業外收(支)	(46)	22	NA	(677)	23	NA
稅前淨利	122	186	-34.2%	(45)	606	-107.5%
本期淨利	166	165	0.8%	(37)	609	-104.8%
其他綜合淨利	(93)	(71)	31.0%	(106)	(47)	125.5%
本期綜合淨利	73	94	-23.1%	(143)	562	-121.4%
淨利歸屬於本公司業主	166	165	0.8%	(37)	609	-106.2%
(新台幣;元)						
基本每股盈餘	0.33	0.32	3.1%	(0.07)	1.19	-106.2%
稀釋每股盈餘	0.33	0.32	3.1%	(0.07)	1.19	-106.2%
毛利率	25.2%	25.8%	-0.5%	27.1%	26.0%	1.1%
營業利益率	1.7%	1.7%	0.0%	2.2%	1.9%	0.2%
稅前淨利率	1.3%	1.9%	-0.6%	-0.2%	2.0%	-2.2%
稅後淨利率	1.7%	1.7%	0.0%	-0.1%	2.0%	-2.2%

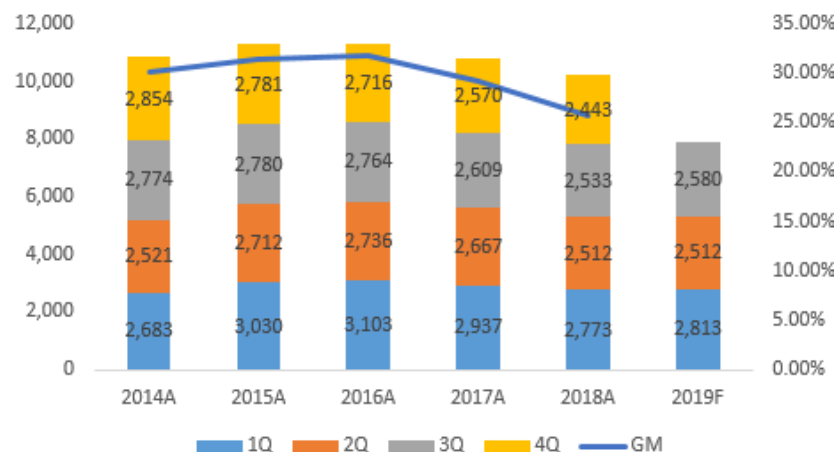
營運及獲利表現

Unit: NTD million

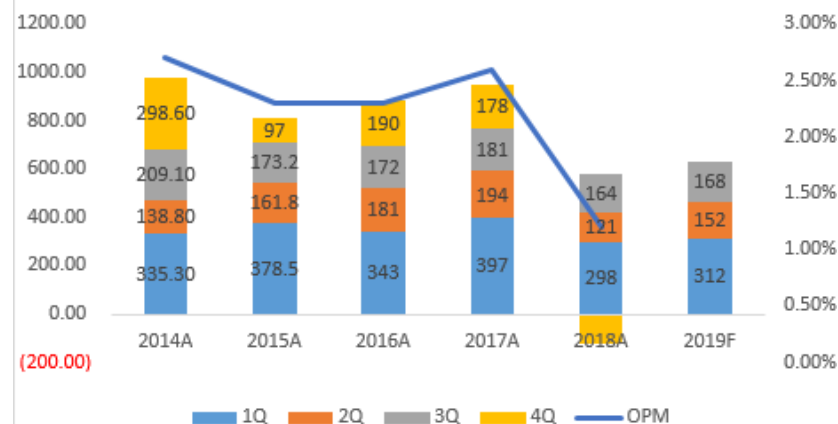
SALES



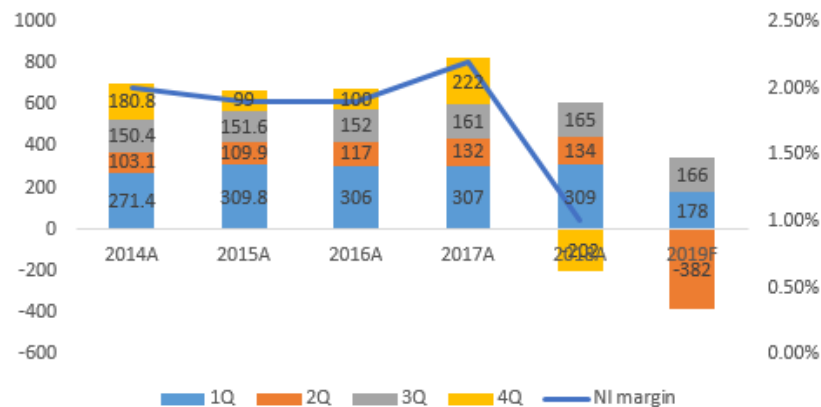
GP



OP



NI

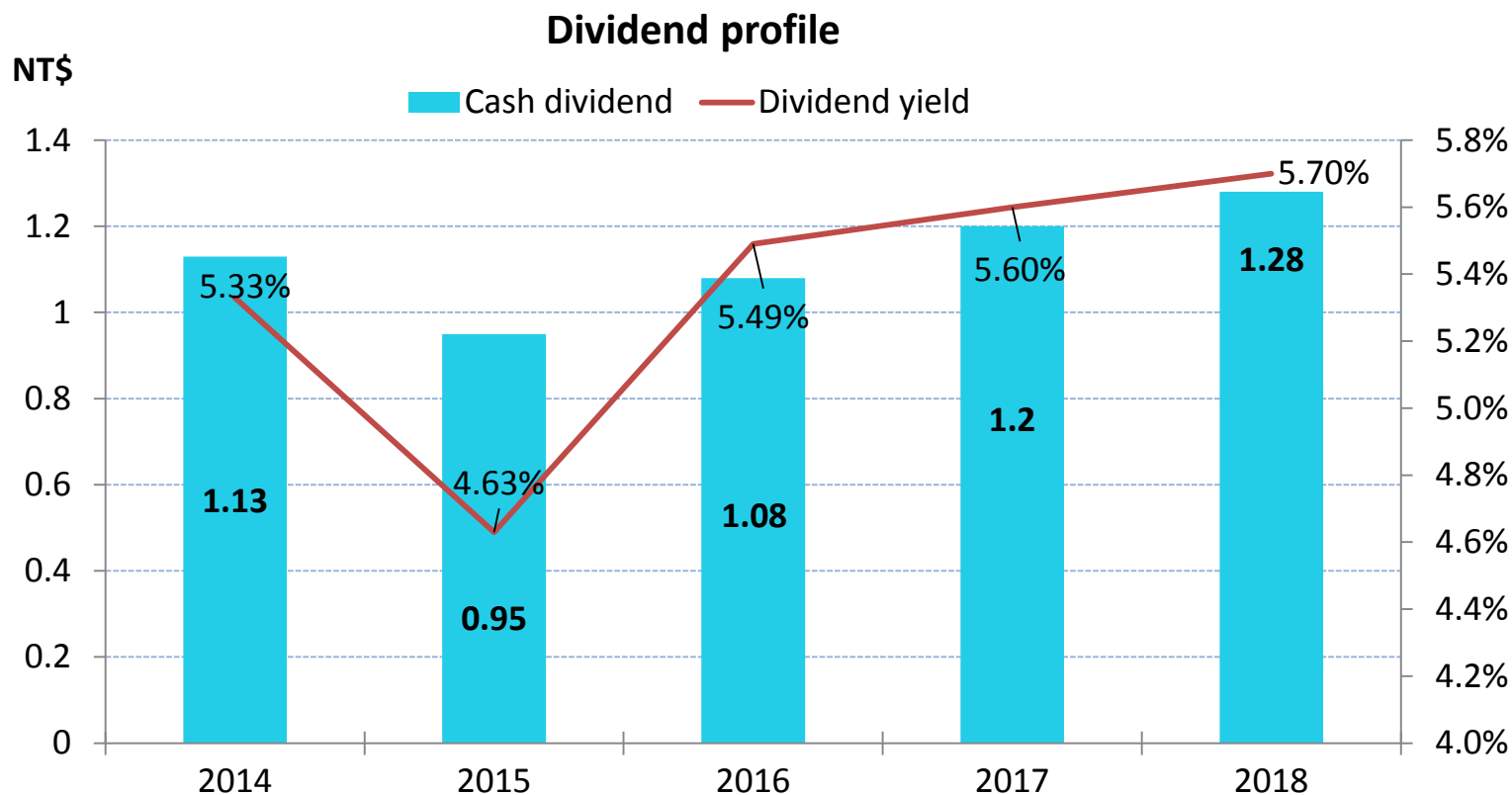


註:中國一次性閉店造成2018Q4和2019年Q2產生一次性費用

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



一九八六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	2016 排名	2017 排名	2018排名
台灣電力	1	1	1	1
中華電信	2	7	8	10
中華航空	3	13	13	13
長榮海運	4	14	14	14
陽明海運	7	16	15	16
交通部鐵路管理局	8	61	59	62
台灣自來水	13	54	53	56
遠東百貨	14	35	38	41
和泰汽車	17	10	11	11
中鼎工程	33	24	25	28
萬海航運	37	31	29	25
特力	43	42	41	40

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

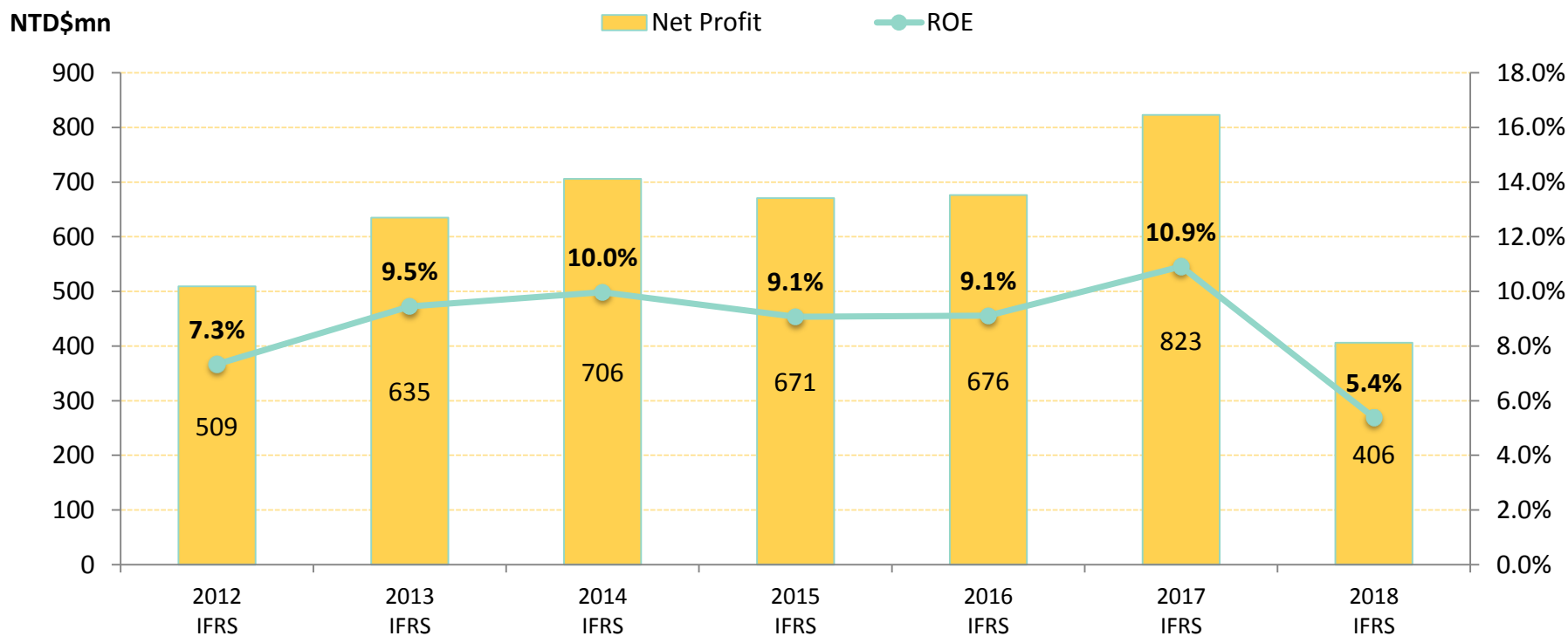
特力集團追求股東最佳利益
股東權益報酬率(ROE)穩定

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



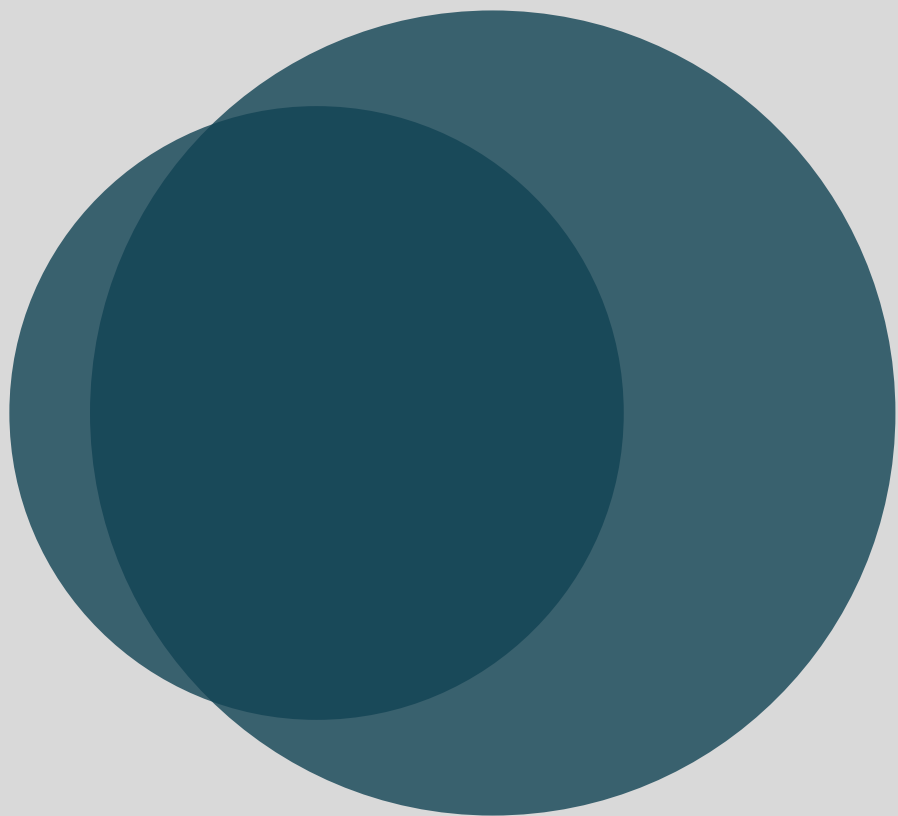
2019年展望

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，帶領特力貿易與特力屋零售屢創佳績。此前童女士擔任臺灣IBM總經理一職，擁有27年IBM從業經驗。其並曾接受美國哈佛大學高階經理人培訓。

大事紀



集團架構

特力零售事業 (2019Q3合併營收:~新台幣41.9億元)

家居家飾	HOLA特力Taiwan(26) Hoi! 好好生活(8)
居家修繕	TLW特力屋(30)、 特力幸福家(3)、HISU(2)
床墊寢具	HOLACASA和樂名品傢俱(26)、HOLA Petite(7) WEDGWOOD(14)、FRETTE(6)、Zucchi(3)
全方位居家 整合服務	DÉCOR House
品牌代理	Crate & Barrel(3)

市場布局

台灣

中國

特力貿易事業群 (2019Q3 合併營收:~新台幣52.7億元)

五金工具

手工具、電動工具、五金配件、
汽車用品、汽車配件

衛浴收納

衛浴用品、收納用品、
旅行箱包、旅行用品

文具用品

文具用品、室內傢俱、辦公用品、
電腦週邊、電腦配件

起居用品

家用電器、家用燈飾、家廚用品、
家飾用品、聖誕飾品

季節性商品

戶外傢俱、園藝用品、烤肉用品、
東北亞專案

代理事業

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

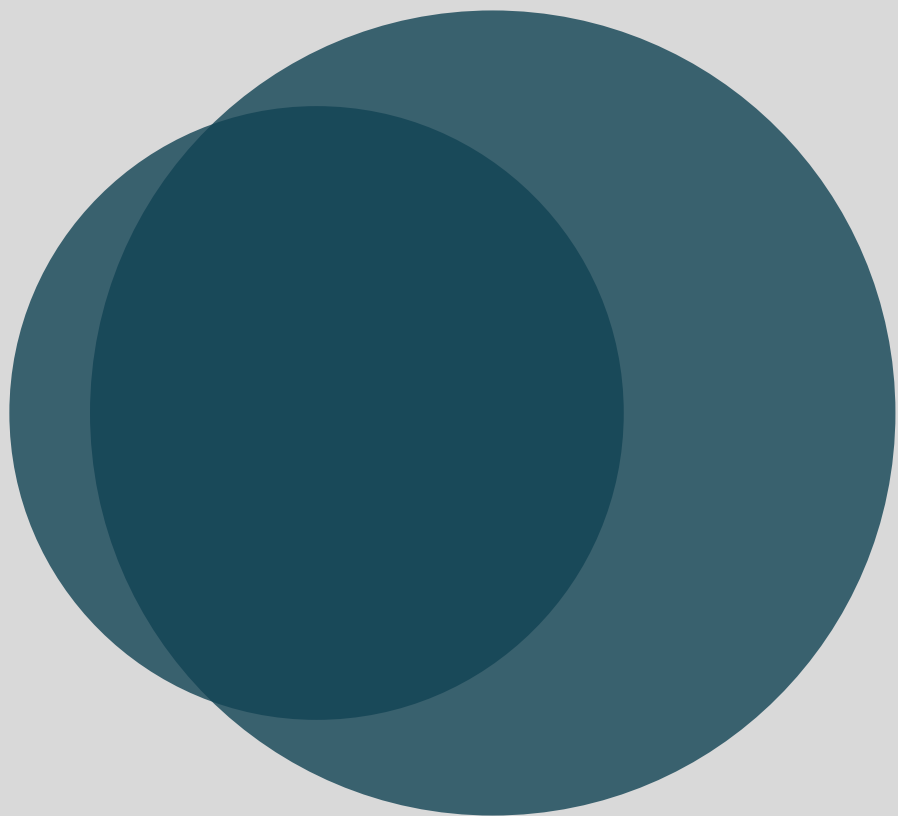
中欣實業

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 September 30th, 2019



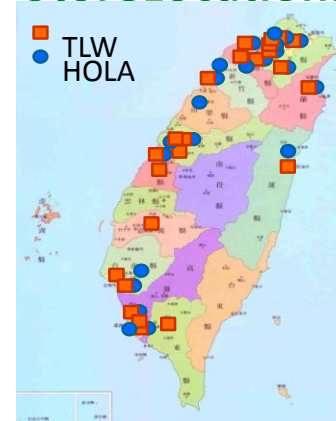
零售事業

以「客戶的家」為中心之產業佈局

Store #	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A	2018A	2019Q3
TLW	26	26	26	27	27	27	27
HOLA TW	22	23	24	25	25	26	26
TLW-社區店							3
Avg. selling space(m ²)	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A	2018A	2019Q3
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



全方位居家生活及服務

HOLA特力和樂及特力家居2019年榮獲服務業奧斯卡獎之稱的 **《遠見》五星服務獎**

憑藉門市微笑軍團以高服務品質用心滿足顧客需求，特力和樂第五度勇奪居家生活類首獎，第二名則是集團另一品牌特力屋，冠亞軍皆由特力包辦。待客如親的特力家居致力營造全方位友好購物環境，從去年的百貨/購物中心類第五名一躍成功奪冠，全體同仁對服務的堅持是重要關鍵。



居家生活 業態平均成績 **65.54**

調查標準 國內店數前7大，共7家

名次	企業名稱	得分	去年名次
1	HOLA特力和樂	84.15	1
2	特力屋	81.05	3
3	無印良品	65.83	5
4	台隆手創館	62.08	4
5	生活工場	60.00	2

百貨/購物中心 業態平均成績 **60.43**

調查標準 6000坪以上的百貨公司及購物中心，共27家

名次	企業名稱	得分	去年名次
1	特力家居	72.5	5
2	環球購物中心	70.42	未入榜
3	大江購物中心	70	未入榜
4	誠品生活	69.38	未入榜
5	比漾廣場	69.21	未入榜

強化自有品牌銷售提升毛利

2019YTD

特力屋銷售佔比: 22.1%
特力屋銷貨毛利: 50.6%
HOLA銷售佔比: 33.4%
HOLA銷貨毛利: 53.5%



Long-term Goal

TLW- 25%
HOLA-45%

- Leading home décor trend by strengthening brand design ability

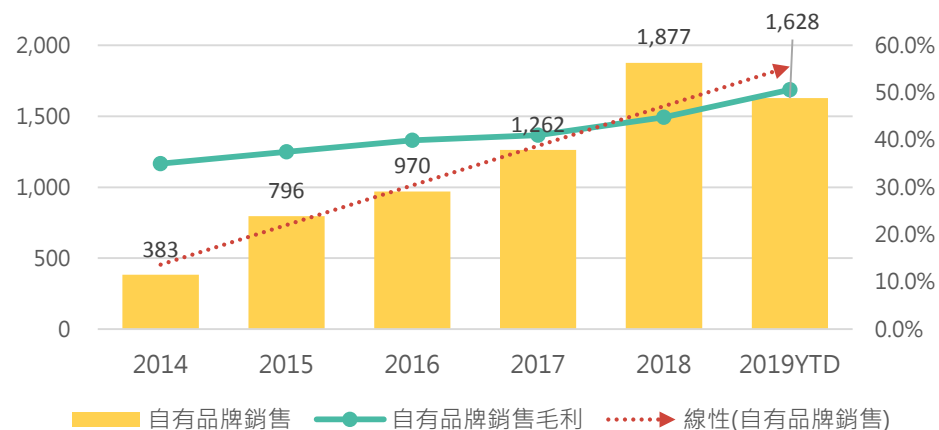


HOLA
特力和樂



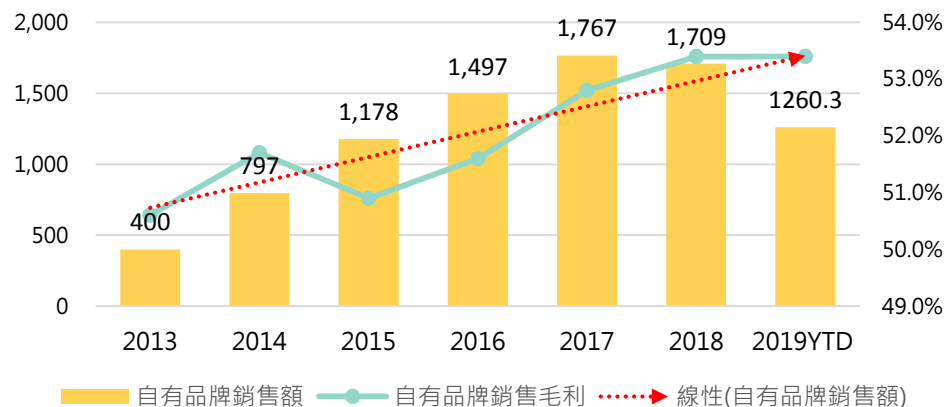
NT\$m

特力屋自有品牌銷售



NT\$m

HOLA自有品牌銷售



關鍵任務：開發自有商品



HOLA鑄釜鍋訴求省時及一鍋多用
二大功能，因解決消費者痛點及洞
察消費者需求而榮獲2018德國紅點
設計大獎。

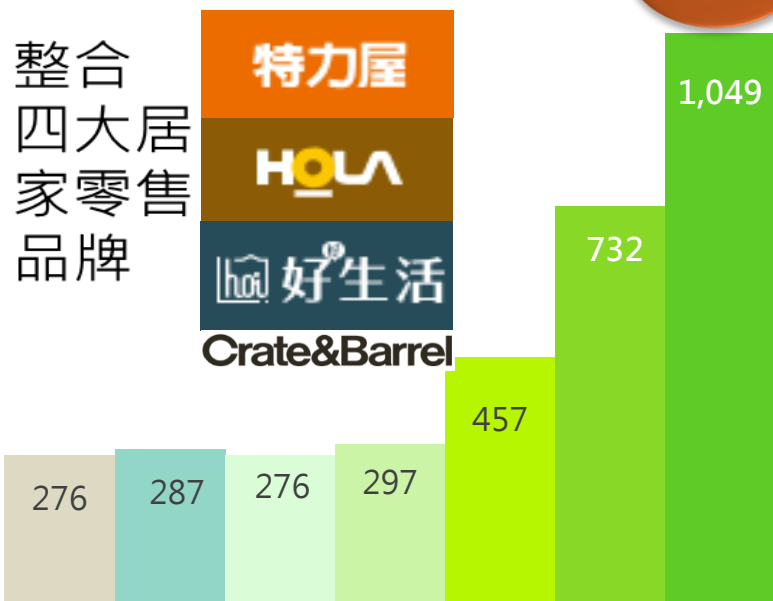
特力屋推出的自有品牌「特力屋
SmartWash溫水便座」，訴求高
性價比，幫助民眾無負擔地提升
生活品質。



關鍵任務：Omni-Channel全通路結合

發展「**線上行銷、線下體驗**」全通路整合：強力拓展線上銷售，並在門店導入新零售科技，優化客戶體驗。在成功建立新零售模式後，特力家購物網銷售業績不斷成長，2018全年超越10億營業額的目標，成長率達43.3%

特力家網站銷售業績成長



(單位：新台幣百萬)

線上線下攜手行銷操作，2018雙11創集團單日零售業績最高紀錄-超過2億

引進新零售數位科技，包括ASM、電子價標數位貨架等，串連線上線下多元購物方式

門市陳列與存貨不再受空間限制，提高坪效；並透過動線/停留數據分析提高銷售。



Omni-Channel全通路結合

3Q2019

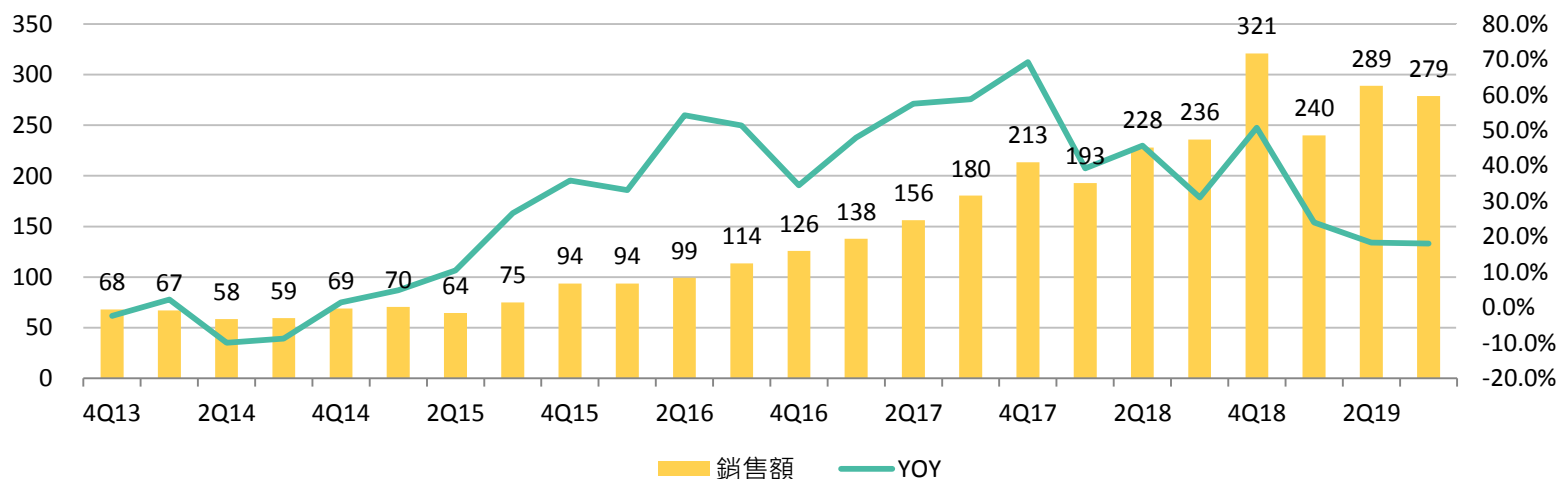
- 特力屋電商銷售佔比 7.6%
銷售金額YOY +16.3%
- HOLA電商銷售佔比 7.4 %
銷售金額YOY +23.6%



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

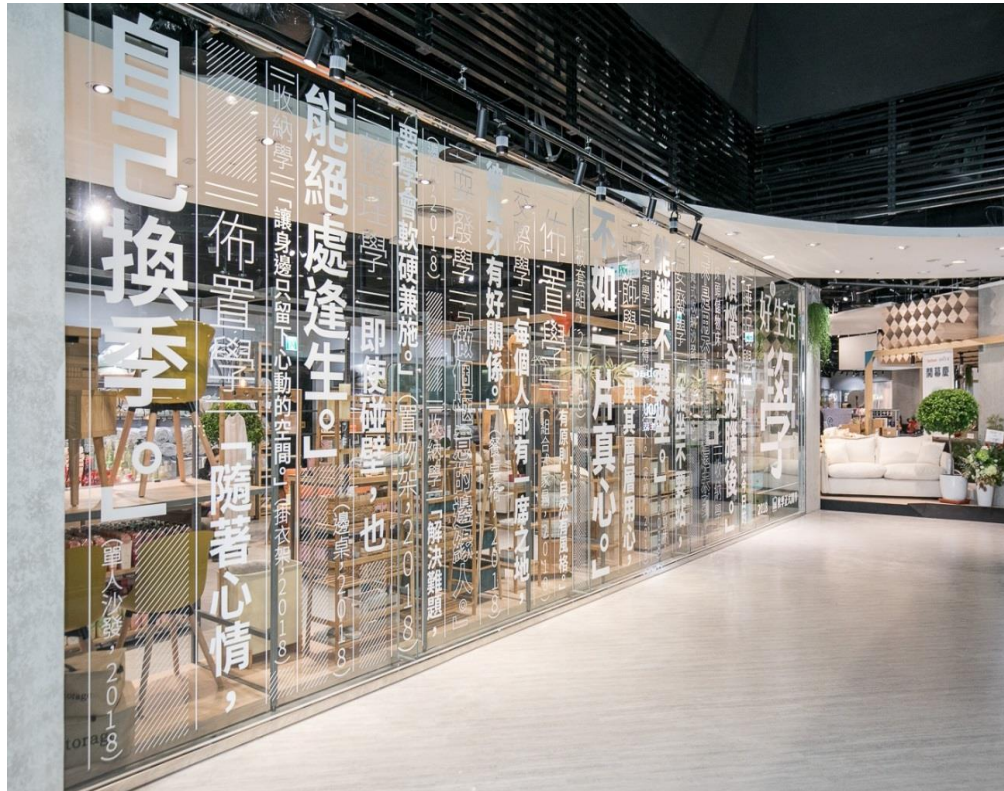
電商線上銷售(單季)



註:不含線上發放於實體店使用之折價券業績

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。



新零售科技體驗-推首間智慧門市

台灣零售實體通路，2019年再度締造里程碑，打造**特力屋**及**和樂**首間智慧門市，全新成立「大墩店」，在僅有一千多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。



HOLA實體通路-強化客戶體驗



HOLA 實體門市亦致力於體驗服務，2018 年成立了HOLA kitchen 與 HOLA 生活學空間，定期推出廚藝課程與多元化手作課程，全年度開課場次達1,570 場，參與人次約11,800 人。



特力屋實體通路-強化客戶體驗



為滿足消費者透過手作創造生活樂趣與成就感的需求，特力屋自2016年起開設首間專屬手作教室—手創空間，並陸續於台北、桃園、新竹、台南及高雄等縣市增設，累計至2018年底已開課逾3,000堂



成長動能-品牌代理事業

3Q2019

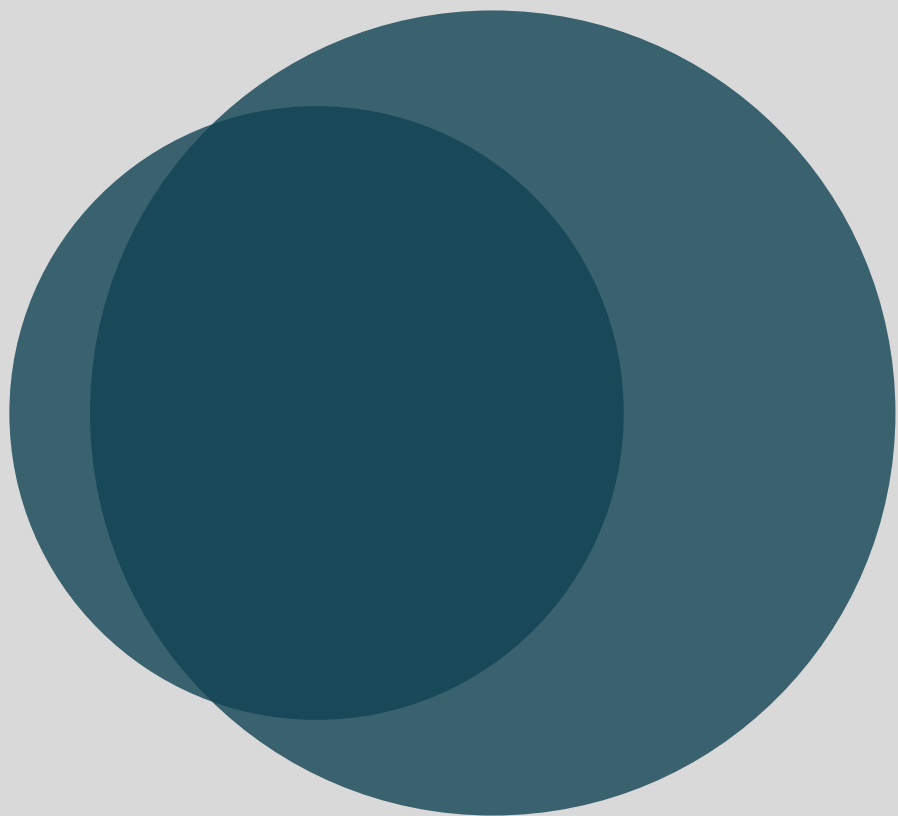
代理品牌數量總計21家



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	Others
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



出貨量快速成長

2019YTD

- 受惠於美國經濟持續表現強勁，貿易第三季及累計前三季出貨金額分別較去年同期成長5.6%及1.3%



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%
傳統貿易第三季出貨金額	5,171,282	4,908,267	5.4%
採購代理第三季出貨金額	3,577,651	3,379,408	5.9%
第三季總出貨金額	8,748,933	8,287,675	5.6%
一至九月傳統貿易出貨金額	14,731,199	14,735,807	0.0%
一至九月採購代理出貨金額	11,216,618	10,891,386	3.0%
一至九月總出貨金額	25,947,817	25,627,193	1.3%

北美市場活絡帶動貿易成長

2019YTD

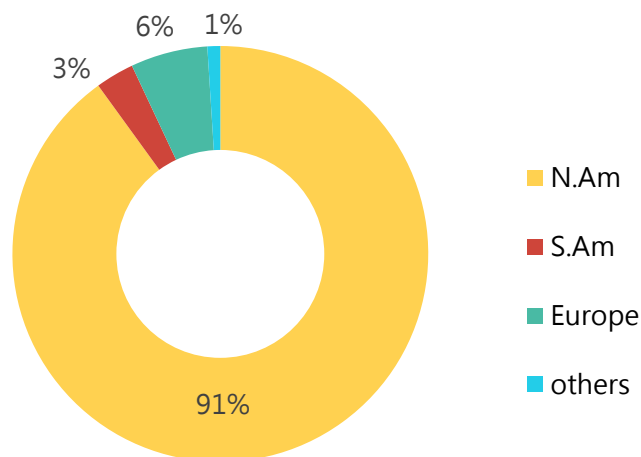
- 北美市場仍為成長最快速的區域。
- Hardline手工工具產品線表現依舊強勁。



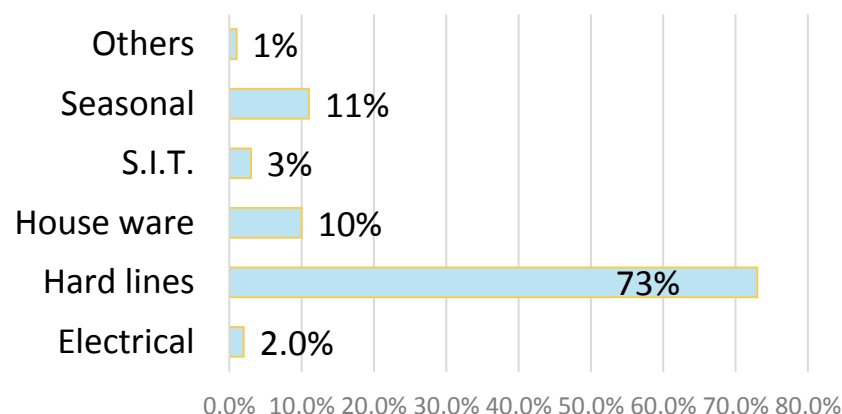
2019年目標

- 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

Trading by Region

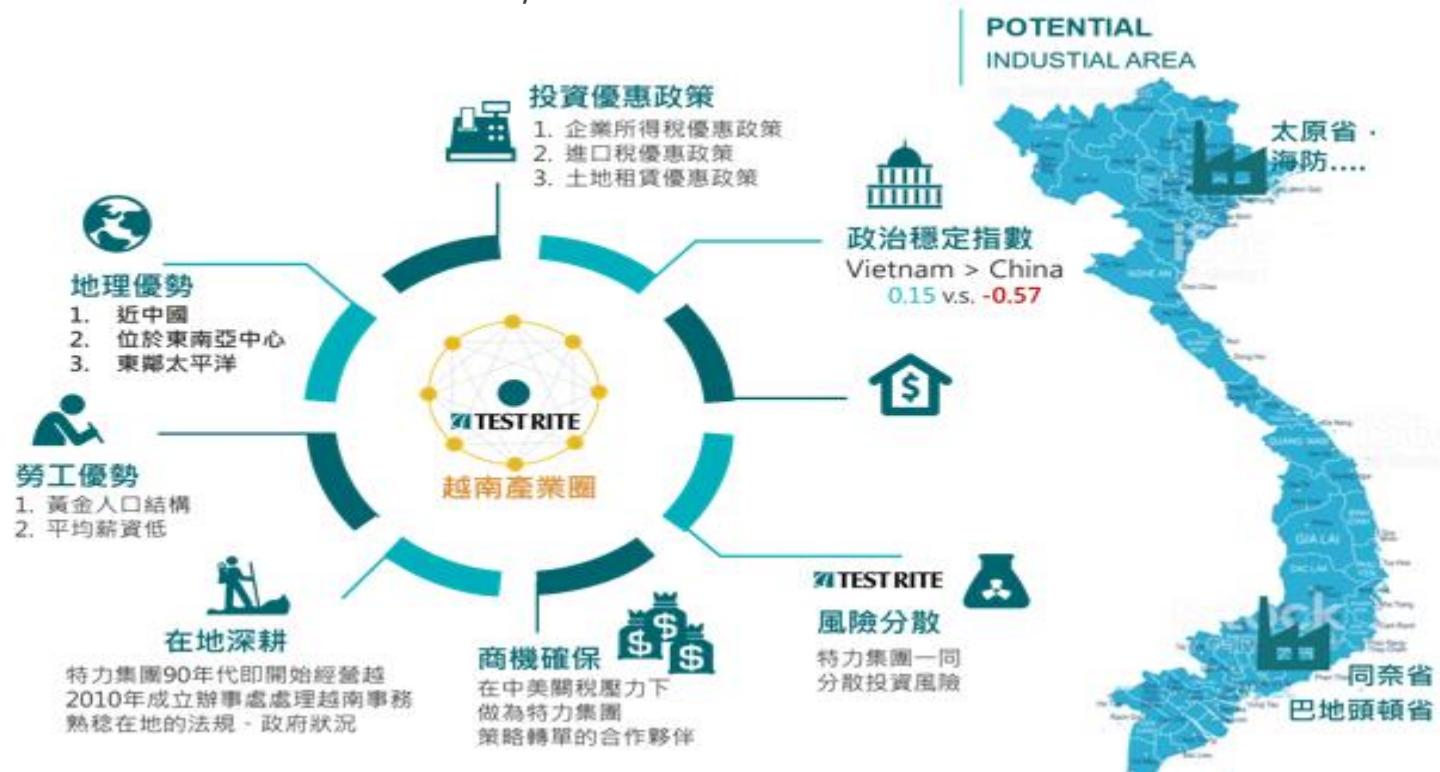


Trading by Category



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
- 越南工業區廠房土地面積: 30,000平方米，辦公室面約1200平方米



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

Walmart

O'Reilly
AUTO PARTS

MENARDS
Dedicated to Service & Quality™

COSTCO
WHOLESALE

Office DEPOT
OfficeMax

GRUPE
adeo



SORIANA

Big Green Egg
The Ultimate Cooking Experience

THE
HILLMAN
GROUP

tepro
World of Gardens & Living

ALDI

BED BATH &
BEYOND

採購代理業務的成長

Michaels
Where Creativity Happens

AutoZone

AAFES
Army & Air Force Exchange Service

HD SUPPLY

ARTERIOR'S home

chewy.com

fred's
Super Dollar
The Low Price Leader

STAPLES

DOLLAR
GENERAL

at home
The Home Décor Superstore

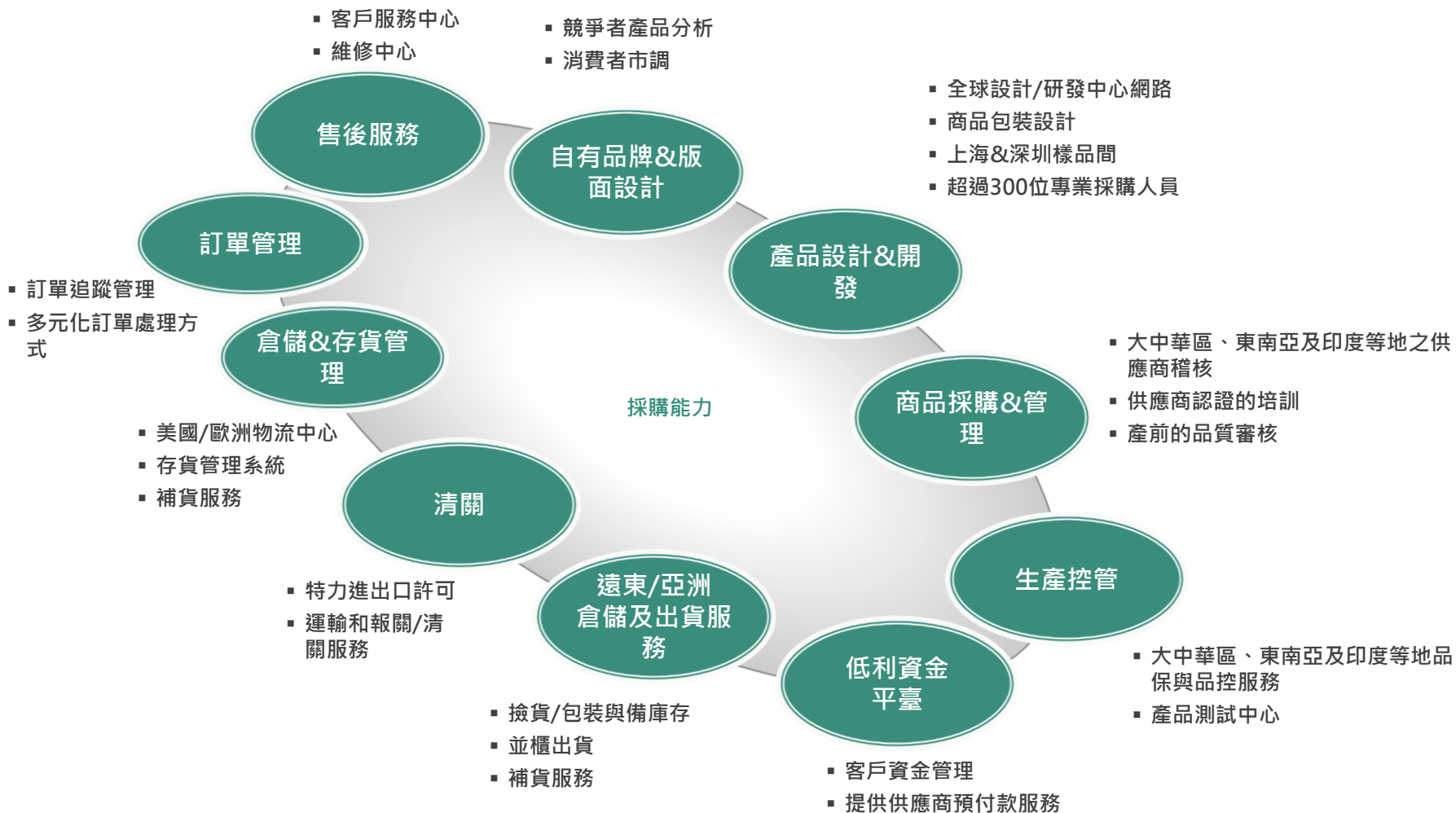
EURO
Spin

Lightbulb
INNOVATION GROUP

GameStop
POWER TO THE PLAYERS™

TEST RITE GROUP
Investor Relations

貿易提供全方位服務



產品創新設計獲國際肯定

2019



reddot award 2019
winner packaging design

Chinese Zodiac Phone Charging Line



2019



reddot award 2019
winner packaging design

Holiday Lights



2019



reddot award 2019
winner packaging design

Magic Harley Wire Screw Box



2019



Portable LED Light



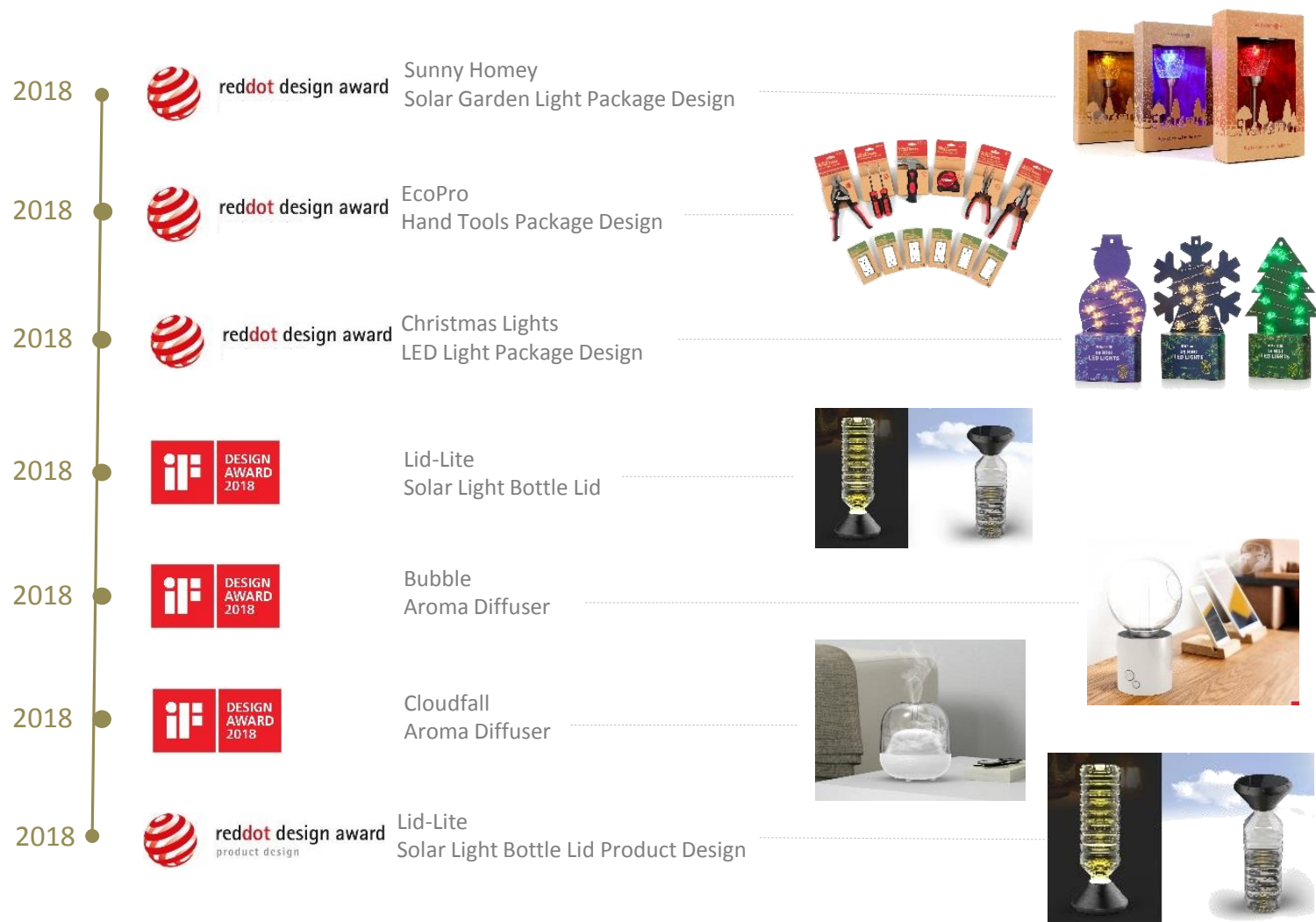
2019



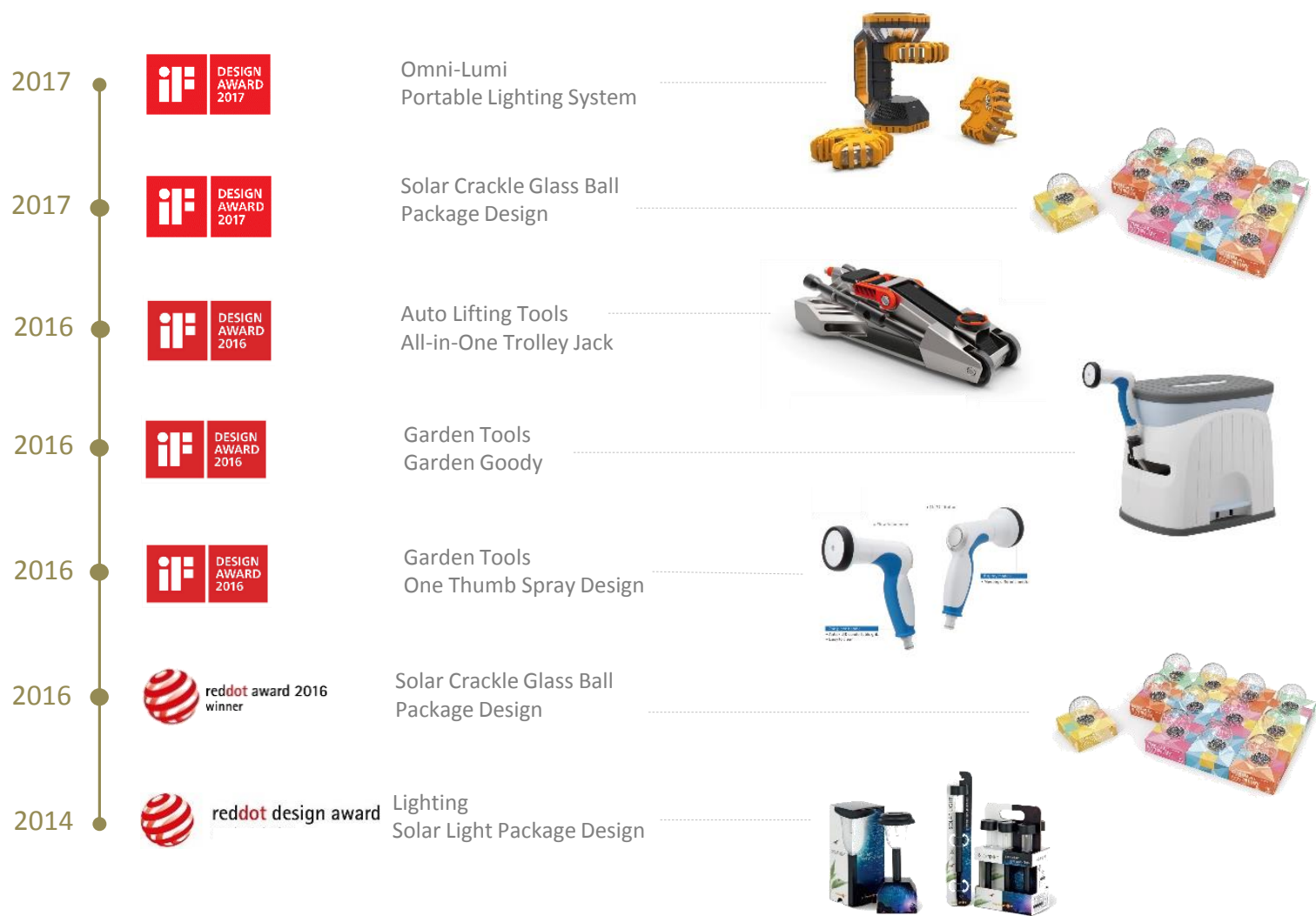
Home Maintenance
Toolbox

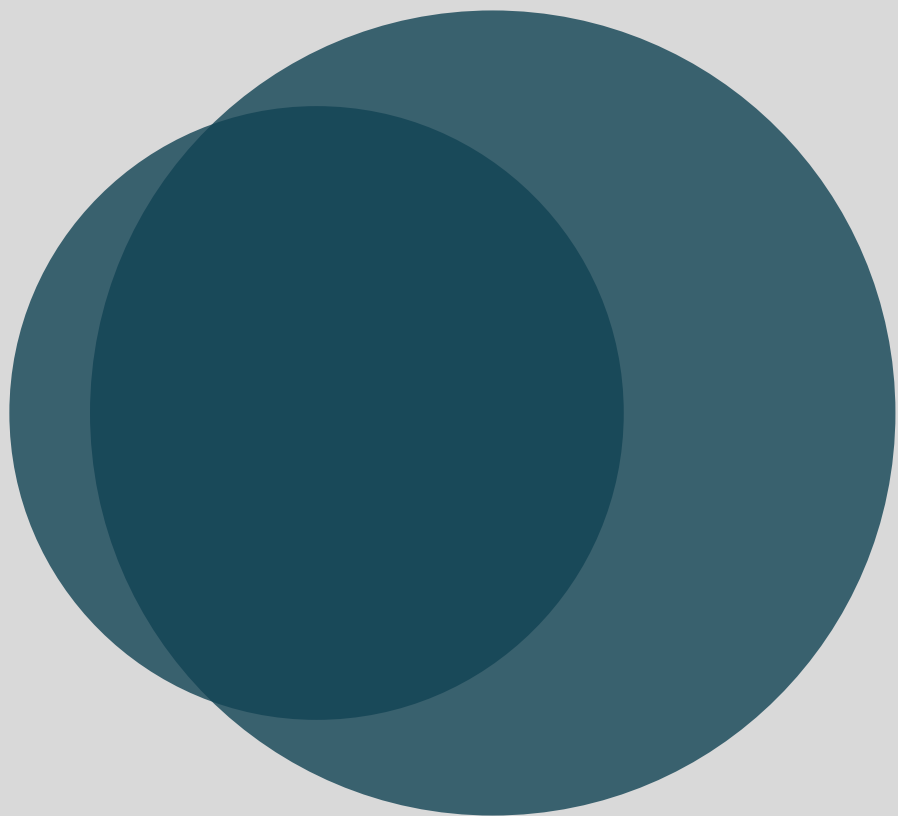


產品創新設計獲國際肯定



產品創新設計獲國際肯定





附錄

2019Q3合併資產負債表

(NT\$mn)	2019	2018		2019	2018
現金及約當現金	1,786	2,003	短期借款	2,740	3,106
透過損益按公允價值衡量之金融資產— 流動	446	340	應付短期票券	50	80
合約資產-流動	148	410	透過損益按公允價值衡量之金融 負債-流動		
按攤銷後成本衡量之金融資產-流動	42	71	合約負債-流動	66	255
應收帳款及票據	5,050	4,650	應付帳款及票據	6,919	6,052
應收融資租賃款	19		應付股利	0	0
其他應收款	159	113	其他應付款	1,530	1,459
存貨	5,971	5,444	當期所得稅負債	63	80
預付款項	278	386	租賃負債-流動	1,825	-
其他金融資產	99	15	預收款款	579	622
其他流動資產	33	40	一年內到期長期借款	346	1600
			其他流動負債	88	87
流動資產	14,031	13,472	流動負債	14,206	13,341

2019Q3 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	7,553	4,550
按攤銷後成本衡量之金融資產-非流動	183	85	遞延所得稅負債	11	15
不動產、廠房及設備	6,399	7,059	租賃負債-非流動	7,655	-
使用權資產	10,078	-	淨確定福利負債 - 非流動	115	100
商譽及無形資產合計	2,555	2,630	存入保證金	221	232
遞延所得稅資產	1,498	1,320	其他非流動負債	76	85
應收融資租賃款-非流動	118	-	非流動負債合計	15,631	4,982
存出保證金	1,028	797	負債總額	29,837	18,323
其他非流動資產	283	515	股本	5,099	5,099
非流動資產	22,200	12,464	資本公積	353	648
			保留盈餘	1,451	2,060
			其他權益	(348)	(253)
			庫藏股票	(297)	
			母公司股東權益合計	6,258	7,554
			非控制權益	136	59
			股東權益總額	6,394	7,613
資產總額	36,231	25,936	負債及股東權益總額	36,231	25,936

THANK YOU

For Watching
