

---

特力(2908:TT)  
2020年第一季度投資人報告資料

---

*2020 May*

# 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)認可並發布生效。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一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一般公認會計準則下的財務信息相比可能存在重大差異。

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

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

# Agenda

---

	頁次
● 2020 年第一季Snapshot	4
● 2020 年第一季財務資訊摘要	5
● 集團介紹	12
● 零售事業	17
● 貿易事業	30
● 附錄	37

# 2020Q1 Snapshot

## GROUP OVERVIEW

NT\$ 9,216 M

營業收入

NT\$2,470 M

營業毛利

NT\$211M

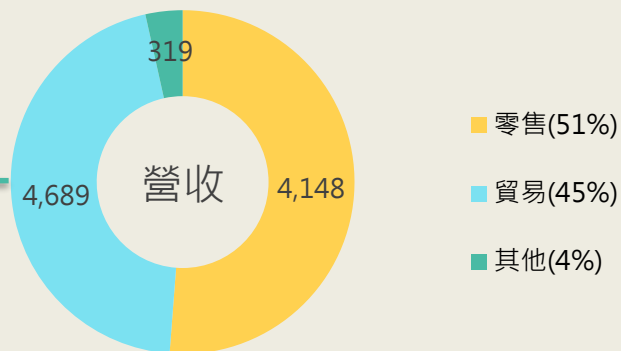
營業淨利

NT\$ 122M

稅後淨利

NT\$0.25

EPS



特力屋

27 stores

和樂

26 stores

特力屋小店

6 stores

品牌代理

21 brands

hoi! 好好生活

9 stores

零售合計銷售額

NT\$ 4,148 M

特力屋自有品牌佔比  
18.9%

和樂台灣自有品牌佔比  
44%

貿易總出貨量  
NT\$8,346M

北美出貨佔比  
84%

歐洲出貨佔比  
15%

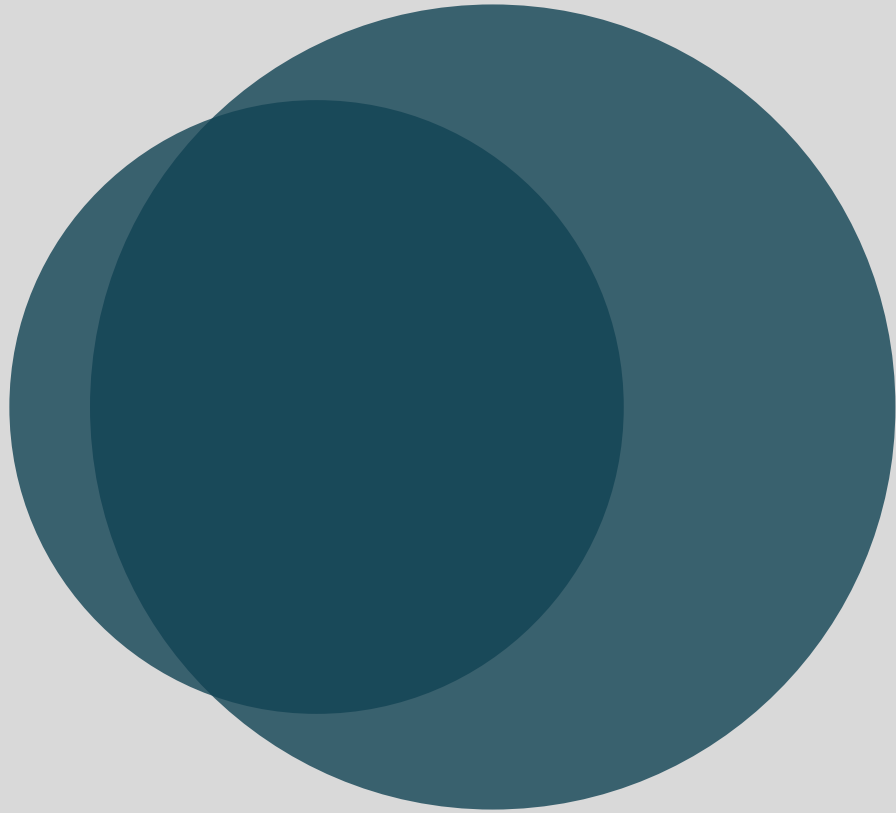
全球營運

8 國家地區 / 11 據點

物流中心

4 國家

全球員工總數  
4,807 人



# 2020第一季 財務資訊摘要

# 2020第一季財務資訊摘要

## 營業收入(YoY)

1Q20:- 6.7 %

1Q19: -4.5%

第一季受到新冠病毒疫情之影響，營業收入較去年同期減少6.7%。

## 毛利率

1Q20: 26.8%

1Q19: 28.5%

第一季毛利率因受貿易事業產品組合之影響，較去年同期減少1.7%。

## 營業利益率

1Q20: 2.3%

1Q19: 3.2%

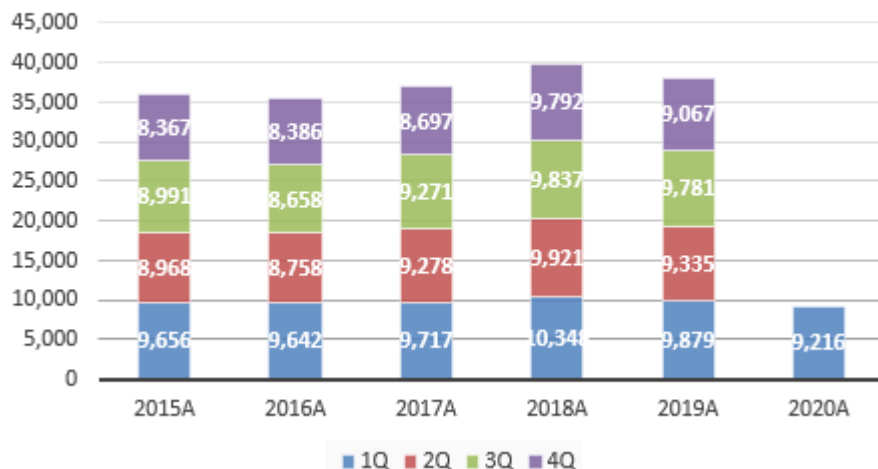
第一季因營收和營業毛利減少之影響，營業利益率較去年同期成減少0.9%。

(新台幣/百萬元)	1Q20	1Q19	年增(減)率%
營業收入	9,216	9,879	-6.7%
營業成本	(6,746)	(7,066)	-4.5%
營業毛利	2,470	2,813	-12.2%
營業費用	(2,259)	(2,501)	-9.7%
營業利益	211	312	-32.3%
營業外收(支)	(49)	(91)	-45.9%
稅前淨利	162	221	-26.8%
本期淨利	127	180	-29.4%
其他綜合淨利	(13)	19	-168.4%
本期綜合淨利	114	199	-42.7%
淨利歸屬於本公司業主	122	178	-31.5%
(新台幣;元)			
基本每股盈餘	0.25	0.35	-28.5%
稀釋每股盈餘	0.25	0.35	-28.5%
毛利率	26.8%	28.5%	-1.7%
營業利益率	2.3%	3.2%	-0.9%
稅前淨利率	1.8%	2.2%	-0.5%
稅後淨利率	1.3%	1.8%	-0.5%

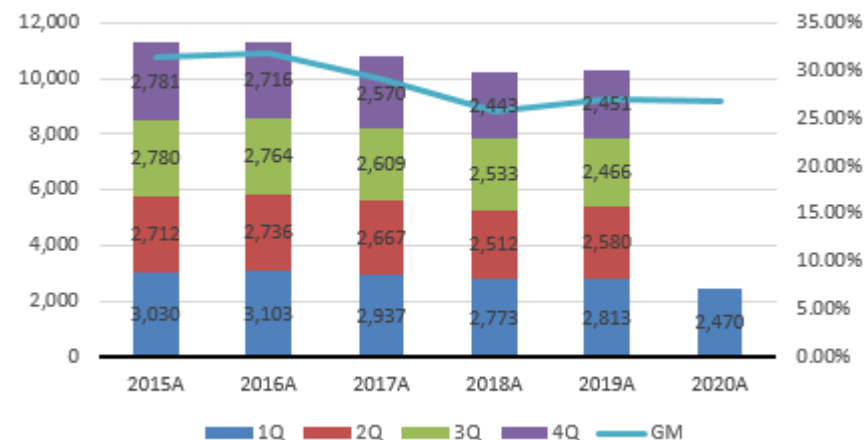
# 營運及獲利表現

Unit: NTD million

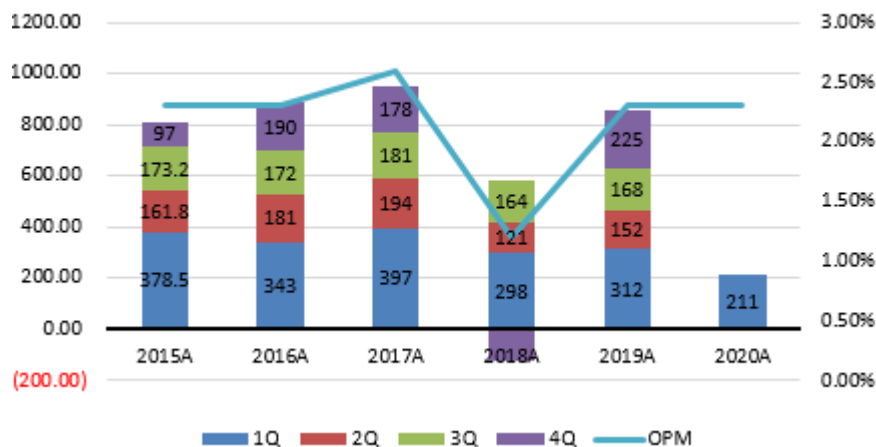
## SALES



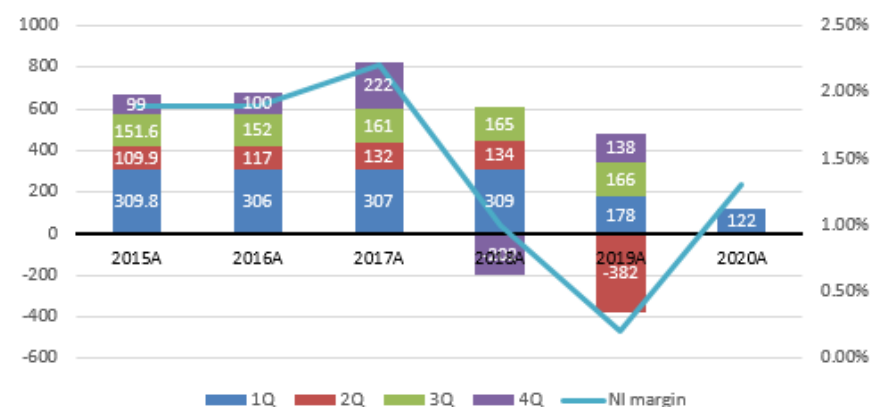
## GP



## OP



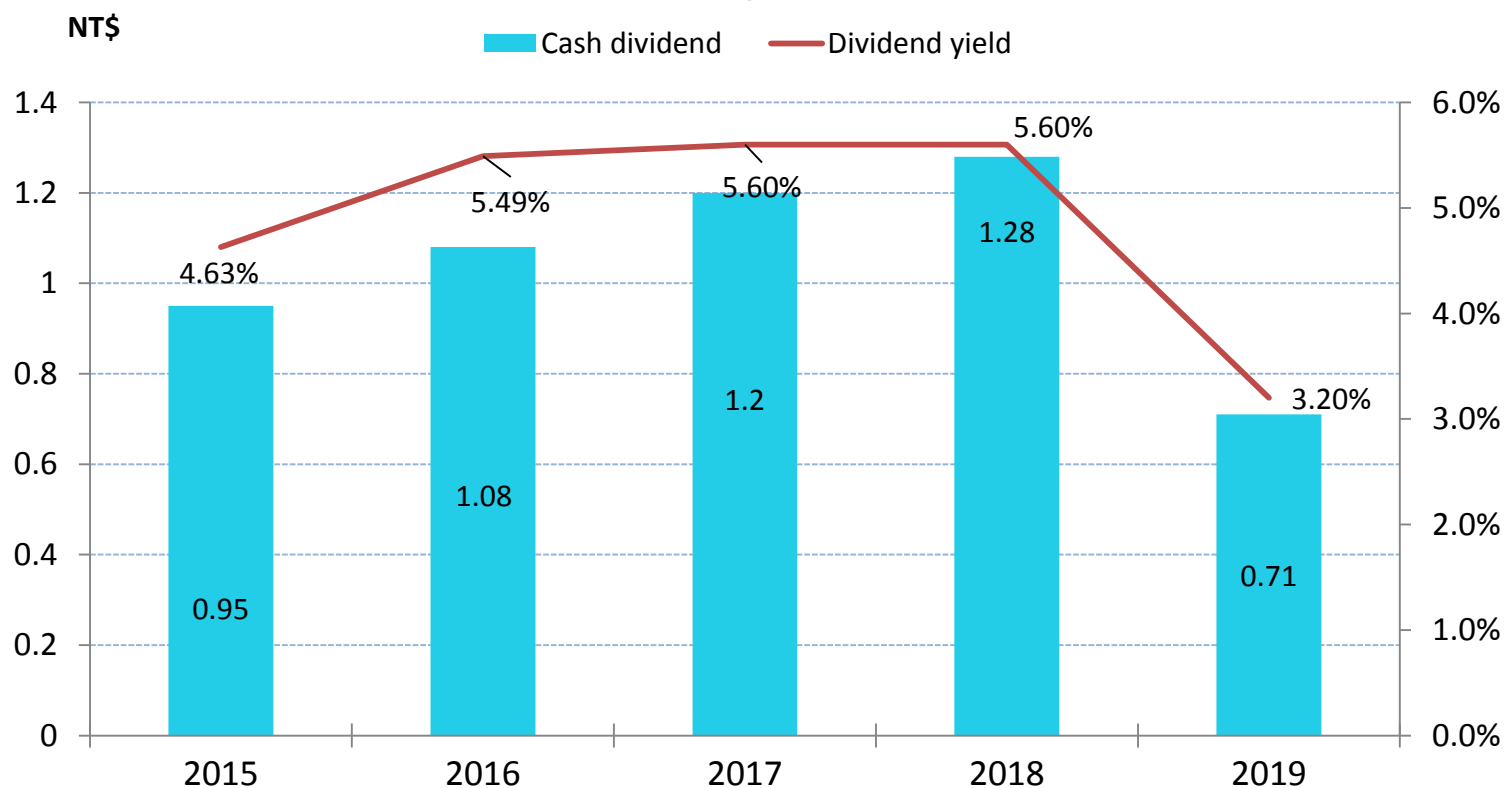
## NI



# Stable Cash Div. and Div. Yield

NT\$	2015	2016	2017	2018	2019
Cash dividend	0.95	1.08	1.20	1.28	0.71
Dividend yield	4.63%	5.49%	5.60%	5.7%	3.2%

## Dividend profile





# 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	2019 排名
台灣電力	1	1	1	1	1
中華電信	2	7	8	10	11
中華航空	3	13	13	13	14
長榮海運	4	14	14	14	12
陽明海運	7	16	15	16	15
交通部鐵路管理局	8	61	59	62	62
台灣自來水	13	54	53	56	55
遠東百貨	14	35	38	41	44
和泰汽車	17	10	11	11	10
中鼎工程	33	24	25	28	30
萬海航運	37	31	29	25	22
特力	43	42	41	40	43

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。

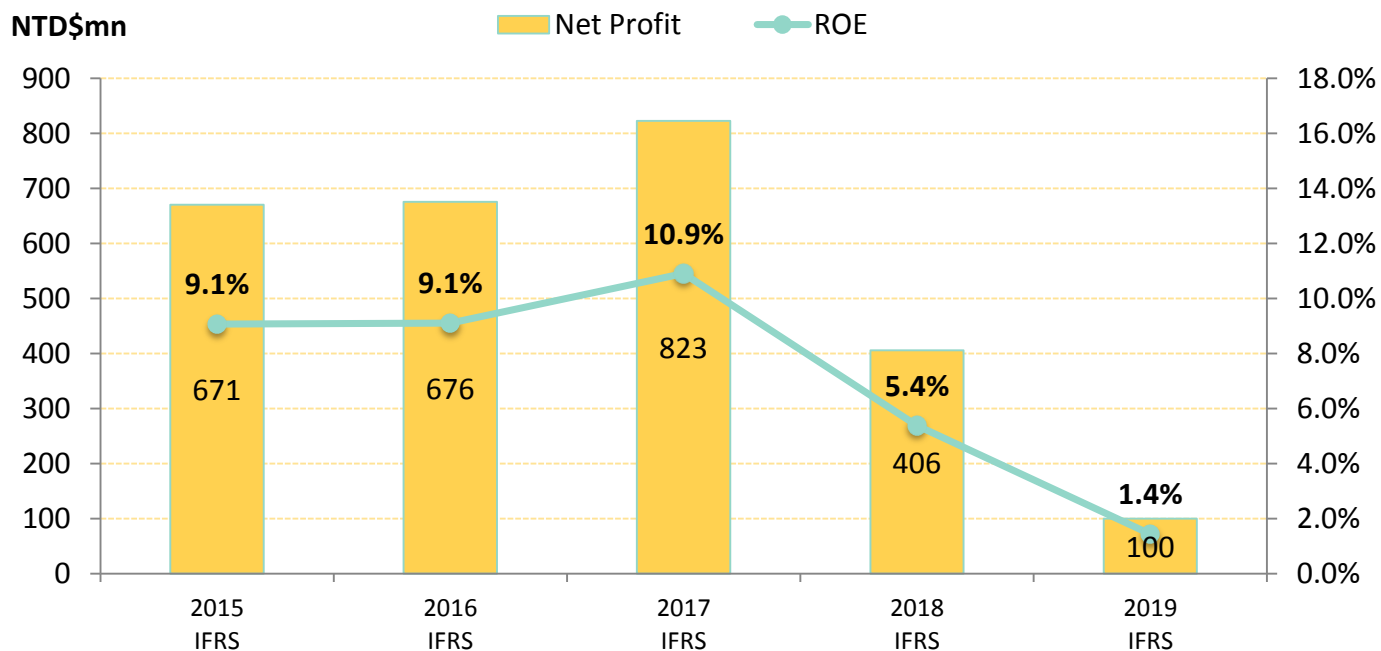
# 追求股東最佳利益

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21%-35%  
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



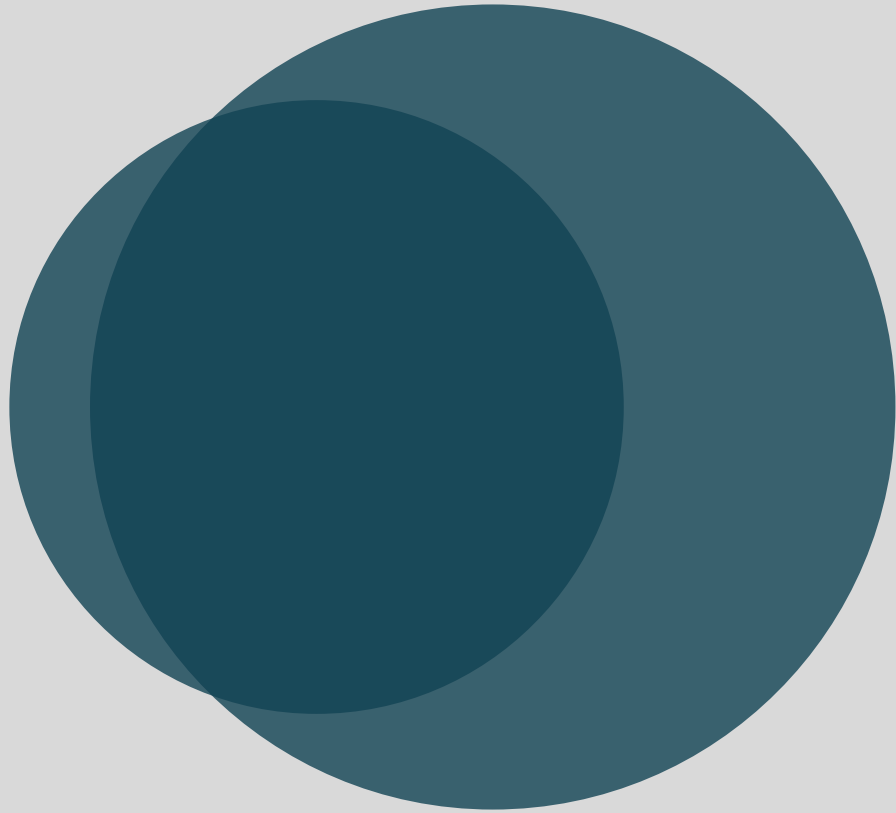
# 2020年展望

## 貿易事業

- 1) 持續深耕大客戶 ( Walmart, Hillman, Costco..等 )，提升出貨量。
- 2) 除維持既有品類成長外，亦持續開發新品類 ( 智慧型及自動化 ) 產品，同時強化產品專業及差異性。
- 3) 與供應商發展更深更廣的策略合作，並強化供應鏈關係。
- 4) 佈局東南亞，強化Global Sourcing之能力，因應美中貿易造成之影響。
- 5) QAQC深化內外部客戶服務。

## 零售事業

- 1) 強化服務行銷溝通，擴張服務性商品銷售，進而提升人流成長。
- 2) 以社區為中心，就近服務社區居民，提高各地區會員的滲透率。
- 3) 持續與品牌聯名，推出獨特性商品。
- 4) 串連社群商務，擴大虛實運轉平台，加強線上線下串流，擴大銷售水位。
- 5) 持續拓展品牌代理業務。
- 6) 持續升級體驗式服務，增加體驗樂趣，提升顧客黏著度。



# 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**

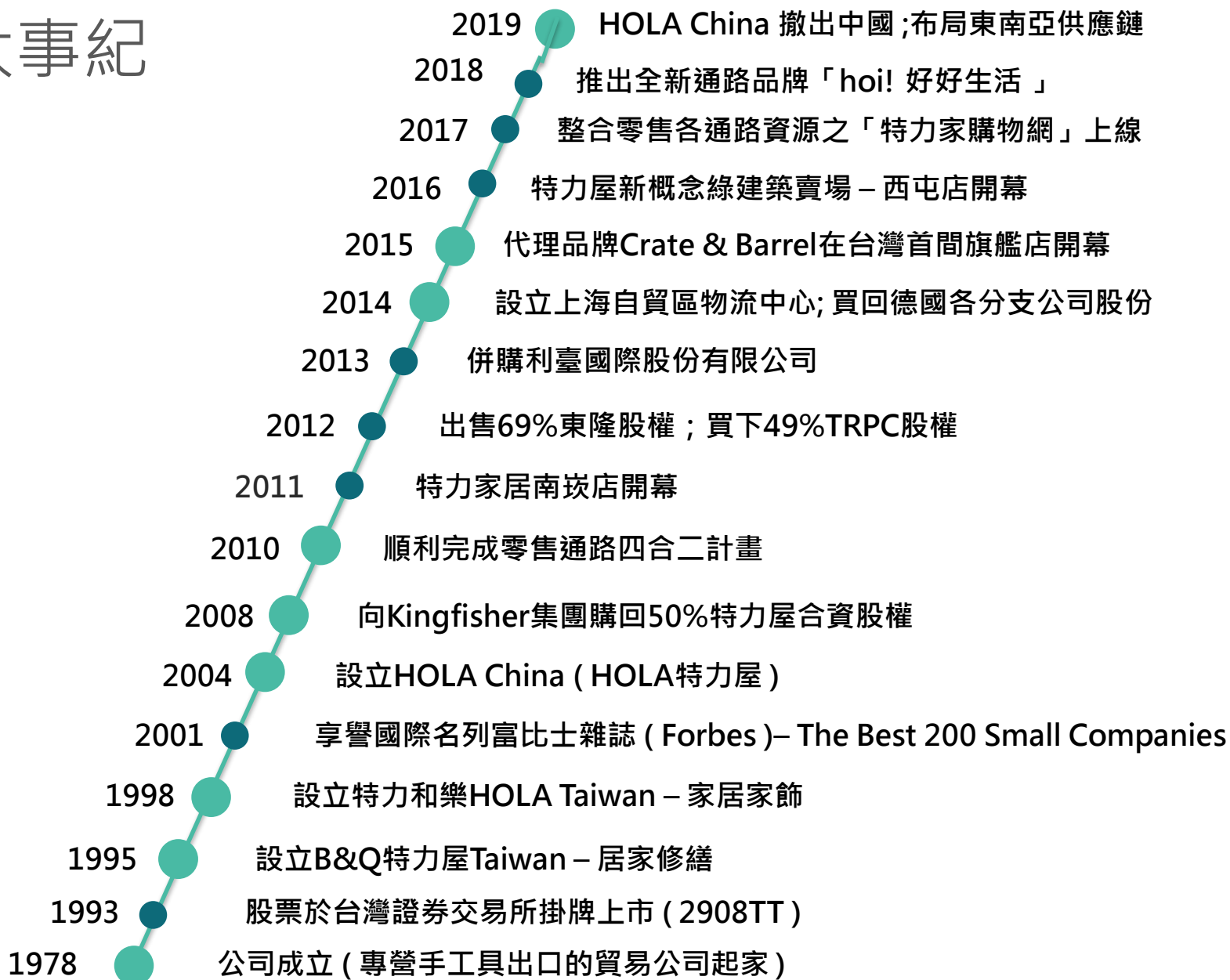
在集團零售業務的擴張和上市中扮演了至關重要的角色。何先生畢業于臺灣大學暨上海復旦大學EMBA，其題目是：以大型零售集團為例，如何通過組織轉型追求進二步發展。



**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。

# 大事紀



# 集團架構

## 特力零售事業 (2020Q1合併營收:~新台幣41.5億元)

家家飾	HOLA特力 Taiwan(26) Hoi! 好好生活(9)
居家修繕	TLW特力屋(27)、 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(2)
全方位居家 整合服務	DÉCOR House
品牌代理	Crate & Barrel(3)

### 市場布局

台灣

## 特力貿易事業群 (2020Q1合併營收:~新台幣46.9億元)



### 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

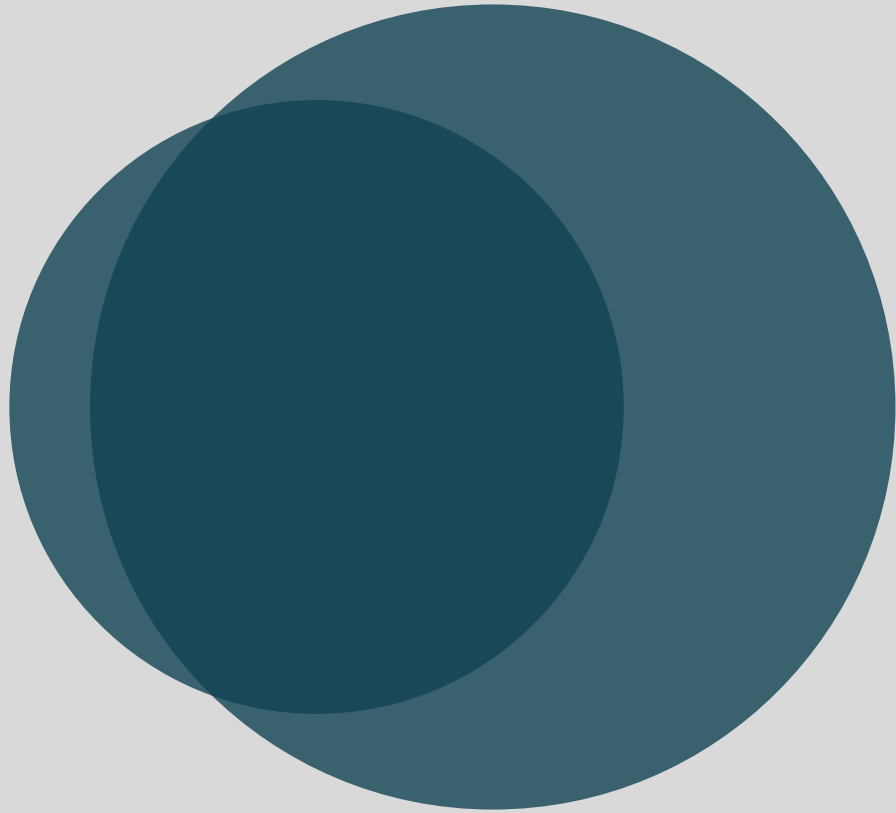
### 中欣實業

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 March 31<sup>st</sup>, 2020



# 零售事業



# 以「客戶的家」為中心之產業佈局

Store #	2015A	2016A	2017A	2018A	2019A	2020Q1
TLW	26	27	27	27	27	27
HOLA TW	24	25	25	26	26	26
TLW-社區店					5	6

Avg. selling space(m <sup>2</sup> )	2015A	2016A	2017A	2018A	2019A	2020Q1
TLW	92,072	95,435	95,435	98,109	92,877	92,877
HOLA TW	54,476	55,443	52,760	52,760	50,876	52,709

## 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

2020Q1

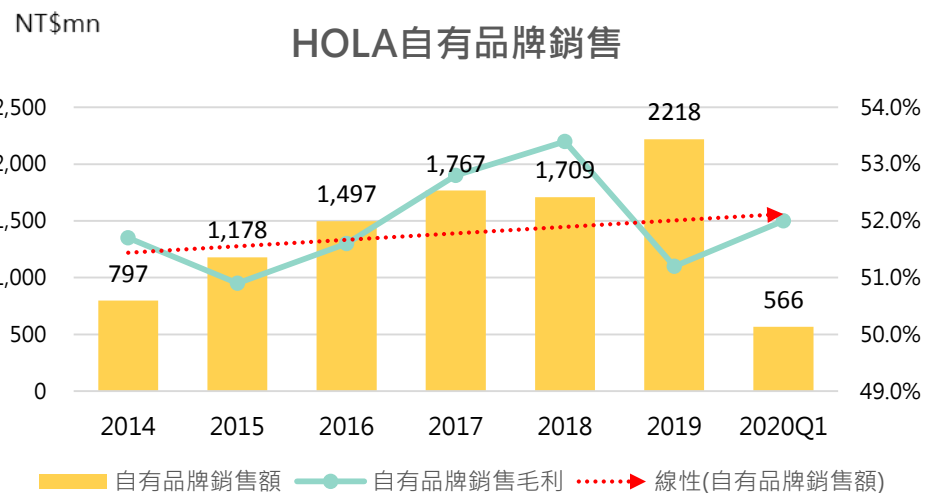
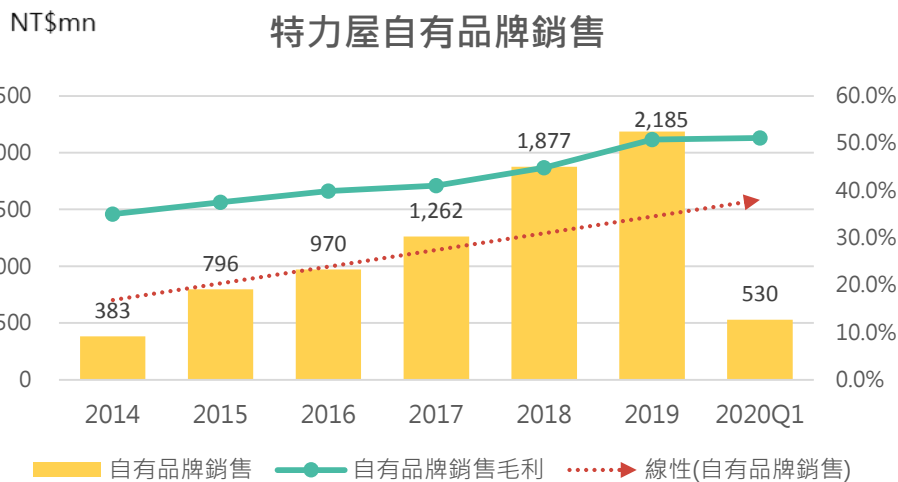
特力屋銷售佔比: 18.9%  
 特力屋銷貨毛利: 51.1%  
 HOLA銷售佔比: 44%  
 HOLA銷貨毛利: 52%



Long-term Goal

TLW- 25%  
 HOLA-45%

- Leading home décor trend by strengthening brand design ability



## 關鍵任務：開發自有商品



2019年特力屋整合民眾對居家收納需求，開發自有品牌萊特系列收納家具、燈具及客製化無磷苯塑膠地磚，消費者可依居家風格自由搭配，上百種組合自由搭配可啟發對空間的想法和創意並提升生活品質。

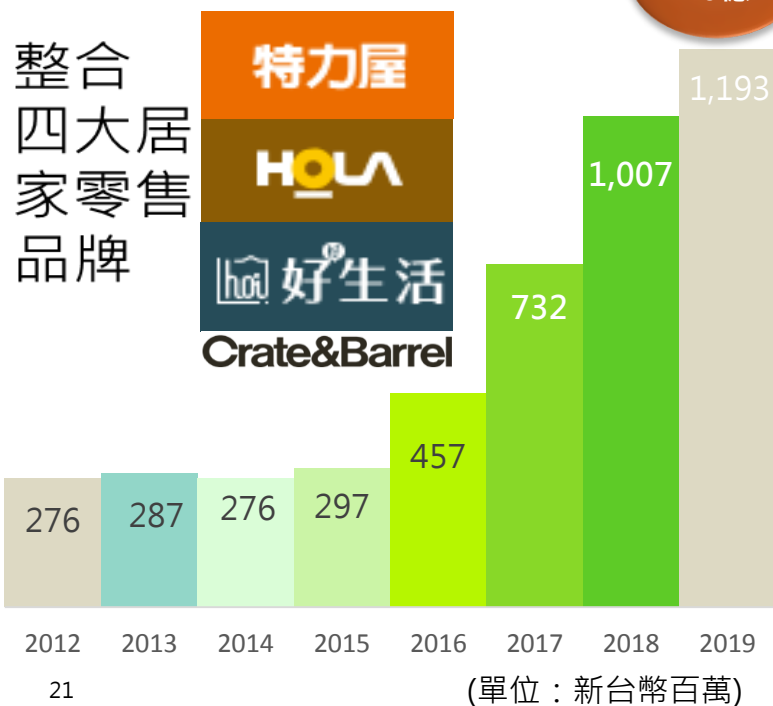
特力屋推出的自有品牌「特力屋 SmartWash溫水便座」，訴求高性價比，幫助民眾無負擔地提升生活品質。



# 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，2019全年超越10億營業額的目標，成長率達18.5%

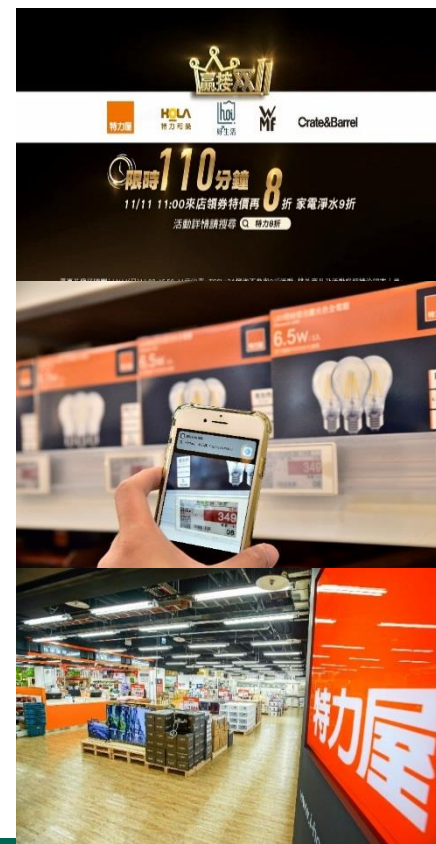
## 特力家網站銷售業績成長



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

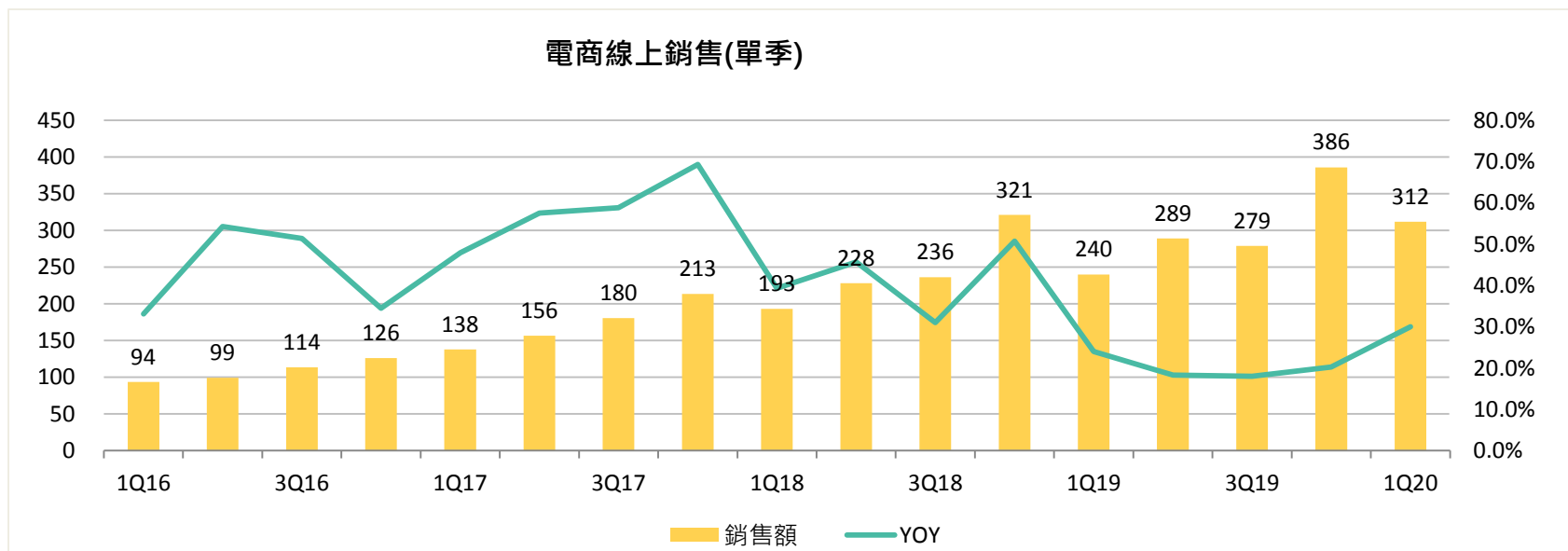
## 1Q2020

- 特力屋電商銷售佔比 7.9%  
銷售金額YOY +25.7%
- HOLA電商銷售佔比 7.1 %  
銷售金額YOY +40.9%



## 2020年目標

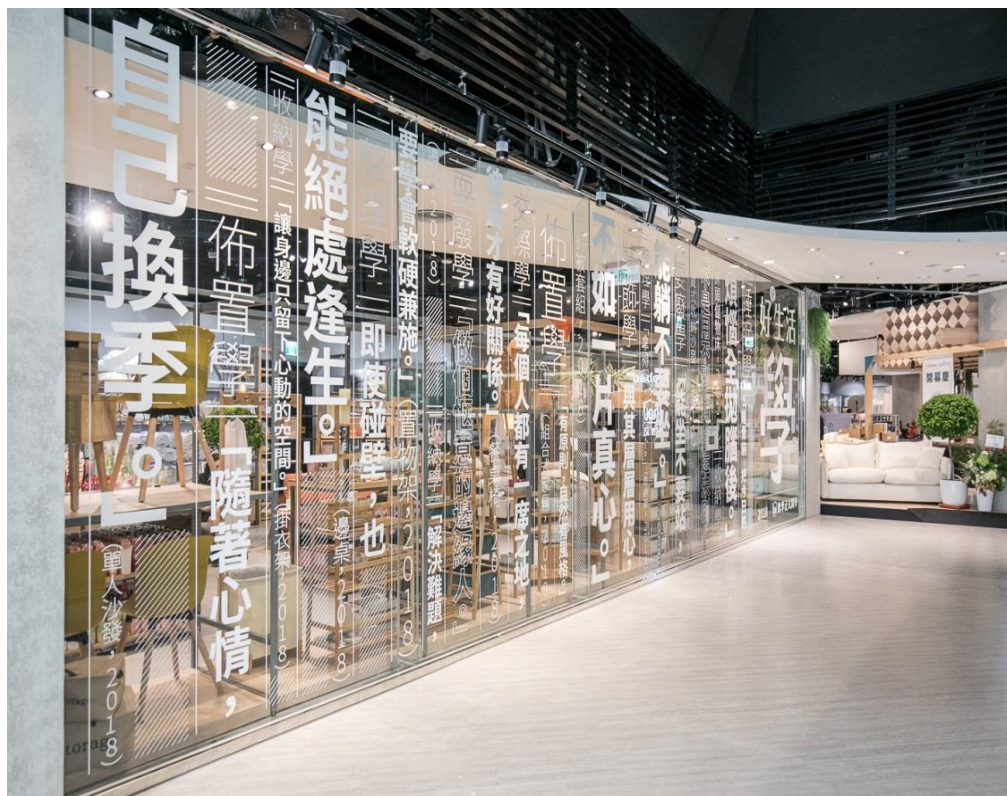
- 流量導入線下，達到在商品、支付、會員、促銷等面向線上線下之全通
- 串連社群商務，擴大虛實運轉平台，加強線上線下串流，擴大銷售水位。



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

為迎接新零售時代，特力整合線上線下各通路，推出特力家購物網，實現全通路；除了推出全新品牌『hoi!』，以好設計、好價錢與好服務，串連虛擬與實體體驗及新零售科技，滿足年輕族群對好好生活的想像。



# HOLA實體通路-強化客戶體驗

HOLA實體門市亦致力於體驗服務，2019年HOLA kitchen與HOLA生活學空間，除了持續推出廚藝課程與多元化手作課程，並增加了迪士尼聯名主題課程，課程方向含括親子活動、生活設計、職人知識、樂齡學堂等，全年度累積開課場次達1,525場，參與人次共7,283人。





# HOLA推出居家體驗-私廚到府服務



今年母親節，HOLA化作驚喜企劃師，幫你將精心挑選的禮物以「驚喜快遞」的方式，送到府上給親愛的媽媽；針對美食家的媽媽類型，HOLA攜手Giftpack，幫忙將家裡打造成米其林三星餐館，不用出門就能體驗私廚料理時光，歡度溫馨的母親節。



# 特力屋實體通路-強化客戶體驗



特力屋2019年八月新增台中北屯店，迄今全省手創空間店數達到八間，2019年特力屋全台門市開課5,430堂，成長了78%；體驗人數達13,147人，成長77%。其中，特力屋手創空間2019年在團體的體驗參與上表現特別亮麗，共吸引68個來自學校、企業、社福及公家機關等機構的4,091人，成長近7倍，成功將手創的樂趣帶到各行業。



# 成長動能-品牌代理事業

1Q2020

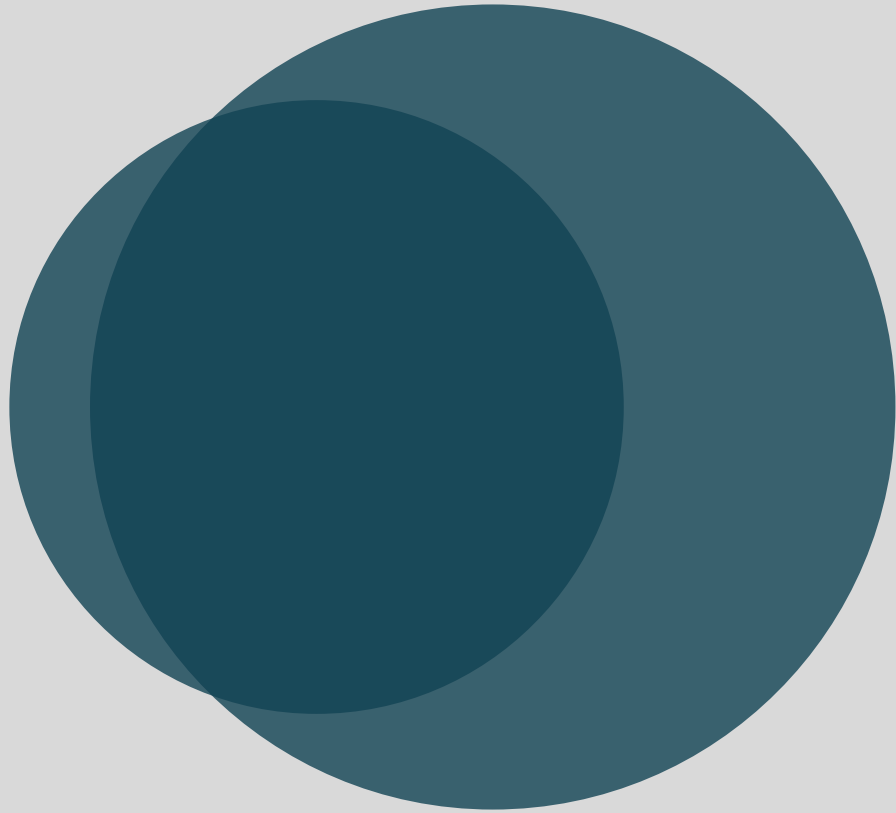
代理品牌數量總計21家



2020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



● : 特力集團物流中心

# 出貨量快速成長

## 2020Q1

- 傳統貿易及採購代理之出貨量，因1月及2月份受到中國的工廠因新冠疫情衝擊而影響出貨及隨著歐美各國疫情轉趨嚴重下，本季貿易出貨量較去年同期減少9.4%。



## 2020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)	2020*	2019*	年增(減)率%
傳統貿易第一季出貨金額	4,587,467	4,827,795	-5%
採購代理第一季出貨金額	3,758,657	4,383,644	-14.3%
- 一般採購代理出貨	1,628,223	2,301,792	-29.3%
- 訂單管理出貨	2,130,434	2,081,852	2.3%
<b>第一季總出貨金額</b>	<b>8,346,124</b>	<b>9,211,439</b>	<b>-9.4%</b>

# 北美市場活絡帶動貿易成長

## 2020Q1

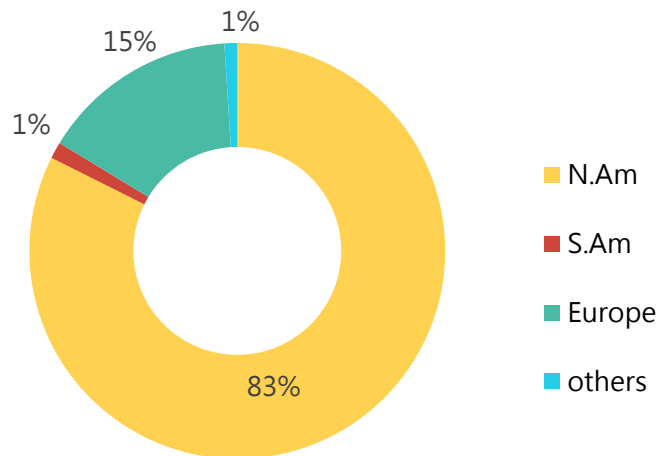
- 受惠於歐洲新客戶出貨挹注下，本季歐洲出貨佔比及季節性產品品項，本季佔比均有大幅度的提升。
- Hardline手工具產品線表現依舊強勁。



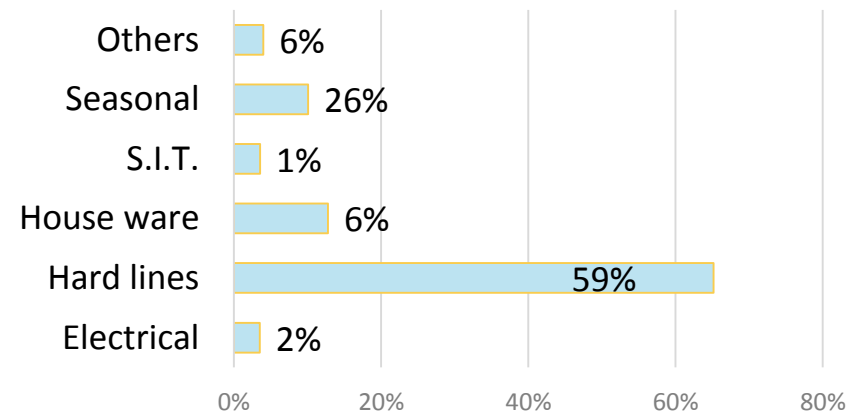
## 2020目標

- 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

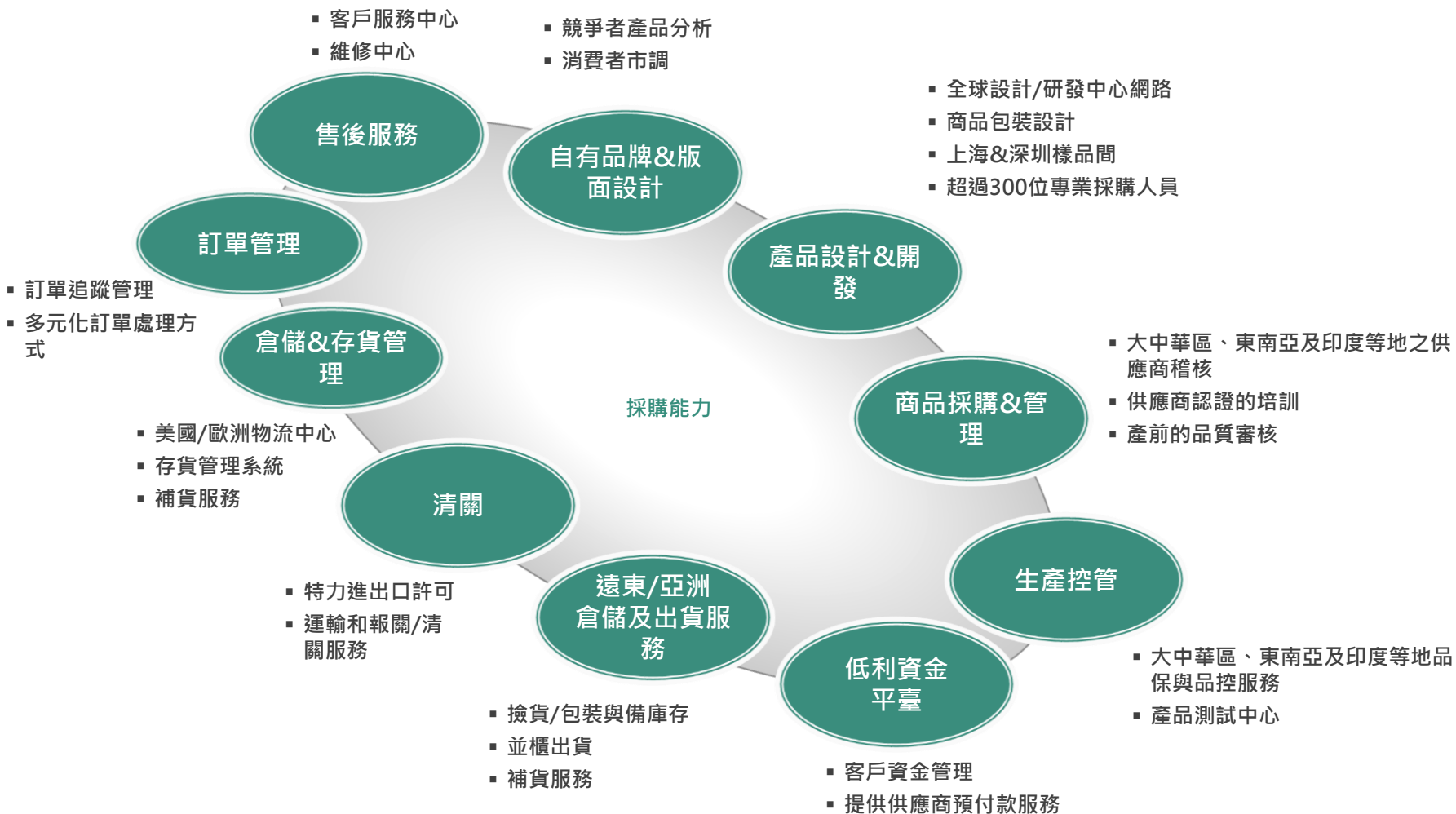
以產品專業性、採購和供應鏈管理服務，致力於為客戶提供更高附加價值服務



## 採購代理業務的成長



# 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



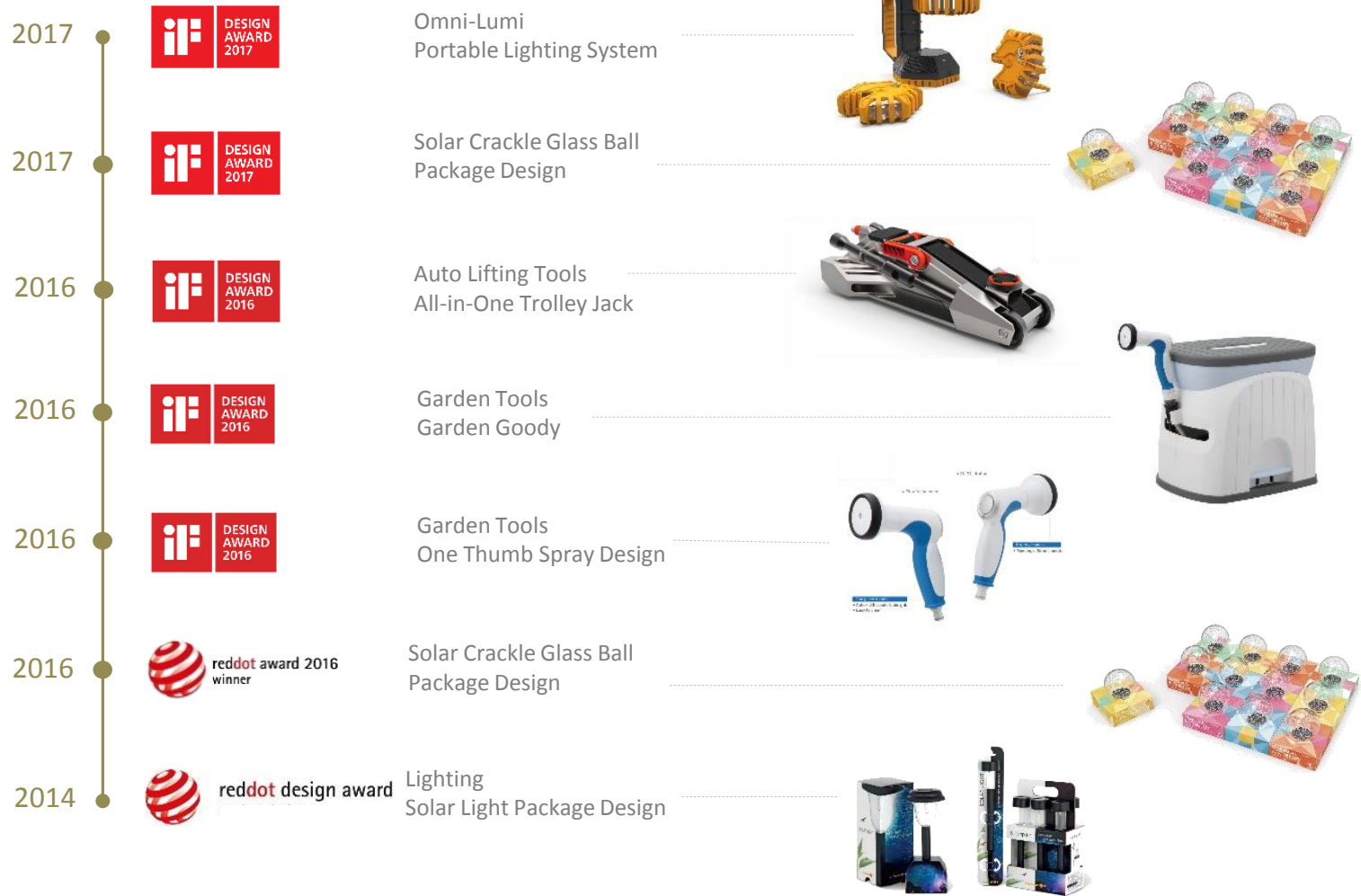
Home Maintenance  
Toolbox

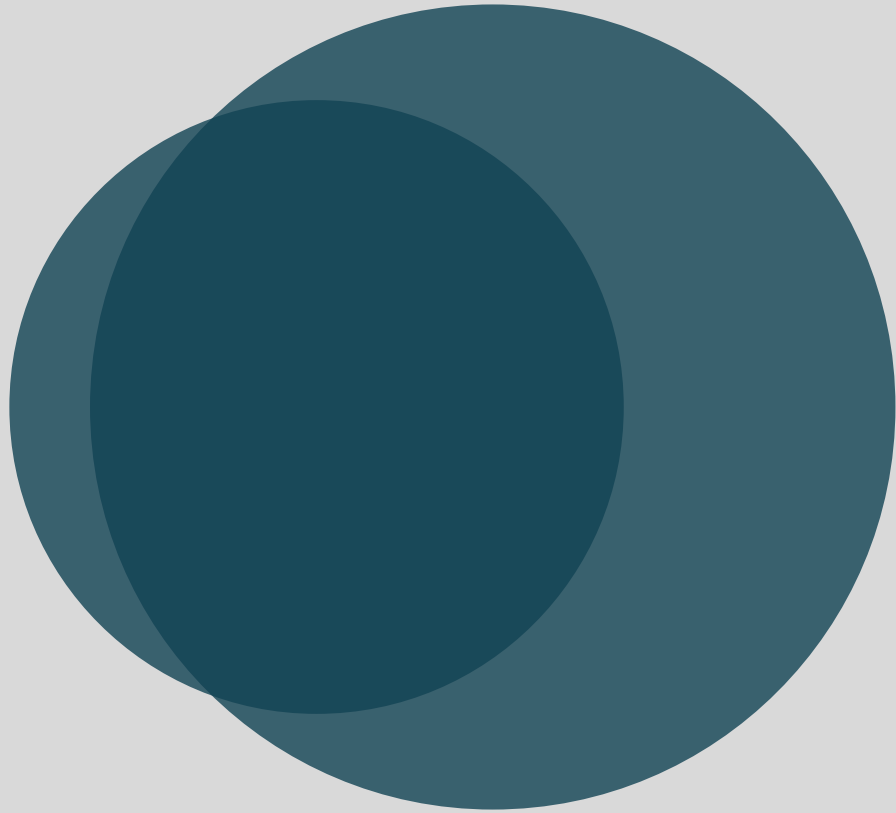


# 產品創新設計獲國際肯定

2018		reddot design award	Sunny Homey Solar Garden Light Package Design	
2018		reddot design award	EcoPro Hand Tools Package Design	
2018		reddot design award	Christmas Lights LED Light Package Design	
2018		DESIGN AWARD 2018	Lid-Lite Solar Light Bottle Lid	
2018		DESIGN AWARD 2018	Bubble Aroma Diffuser	
2018		DESIGN AWARD 2018	Cloudfall Aroma Diffuser	
2018		reddot design award product design	Lid-Lite Solar Light Bottle Lid Product Design	

# 產品創新設計獲國際肯定





# 附錄

# 2020Q1合併資產負債表

(NT\$mn)	2020	2019		2020	2019
現金及約當現金	1,603	1,980	短期借款	2,162	2,359
透過損益按公允價值衡量之金融資產— 流動	600	414	應付短期票券	50	100
合約資產-流動	246	109	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	13	35	合約負債-流動	170	35
應收帳款及票據	4,620	4,644	應付帳款及票據	6,195	5,762
應收融資租賃款	21	19	應付股利	352	-
其他應收款	164	107	其他應付款	1,435	1,495
存貨	6,027	5,544	當期所得稅負債	99	149
預付款項	438	261	租賃負債-流動	1,758	1,880
其他金融資產	38	15	預收款款	470	501
其他流動資產	30	31	一年內到期長期借款	84	379
			其他流動負債	104	109
<b>流動資產</b>	<b>13,800</b>	<b>13,159</b>	<b>流動負債</b>	<b>12,879</b>	<b>12,770</b>

# 2020Q1合併資產負債表(續)

(NT\$mn)	2020	2019		2020	2019
透過其他綜合損益按公允價值衡量之 金融資產 - 非流動	106	49	長期借款	9,106	6,996
按攤銷後成本衡量之金融資產-非流動	8	176	遞延所得稅負債	18	16
不動產、廠房及設備	6,549	6,501	租賃負債-非流動	6,753	8,686
使用權資產	9,149	11,276	淨確定福利負債 - 非流動	153	119
商譽及無形資產合計	2,564	2,572	存入保證金	206	239
遞延所得稅資產	1,549	1,437	其他非流動負債	58	79
應收融資租賃款-非流動	108	128	<b>非流動負債合計</b>	<b>16,294</b>	<b>16,135</b>
存出保證金	1,228	944	<b>負債總額</b>	<b>29,173</b>	<b>28,905</b>
其他非流動資產	310	289	股本	5,099	5,099
<b>非流動資產</b>	<b>21,571</b>	<b>23,372</b>	資本公積	1	648
			保留盈餘	1,677	2,024
			其他權益	(410)	(223)
			庫藏股票	(313)	-
			母公司股東權益合計	6,054	7,548
			非控制權益	144	78
			<b>股東權益總額</b>	<b>6,198</b>	<b>7,626</b>
<b>資產總額</b>	<b>35,371</b>	<b>36,531</b>	<b>負債及股東權益總額</b>	<b>35,371</b>	<b>36,531</b>



---

THANK YOU

For Watching

---