

特力(2908:TT)

2022年投資人報告資料

April 2023

 **TESTRITE**  
特力集團

# 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。

何采容  
特力集團營運長  
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: 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

# 報告人



何采容

Robin Ho

特力集團營運長

是特力集團成功數位轉型的重要推手。2000年加入特力公司，先後負責專案管理、法務、人力資源、貿易營運、數位商務等工作，帶領特力屋零售事業群建立居家電商購物平台，成功實現各通路線上線下整合，為集團永續發展打開新格局。

- 台北市內湖區新湖三路23號6樓  
特力集團總部
- Tel: 886-2-87915888
- Fax: 886-2-87915987
- [Robin.ho@testritegroup.com](mailto:Robin.ho@testritegroup.com)
- <http://www.testritegroup.com>

## 學歷：

南加大企業管理系

## 現職：

- 特力(股)公司董事
- 特力屋(股)公司董事
- 特力(股)公司營運長

## 專長：

- 企業策略發展與戰略規劃
- 零售/貿易營運管理
- 數位商務及數據探勘
- 組織發展與變革

# 會議議程

---

- 集團介紹
- 財務表現
- 貿易事業發展重點
- 零售事業發展重點
- 核心能力、價值創造

# 集團介紹

 **TESTRITE**  
特力集團

# 具備永續經營理念的韌性企業



李麗秋女士(Judy Lee)  
特力集團董事長暨CEO

“

特力經營家的事業，一向穩健誠信、勤懇務實，我們致力追求健康成長，同時厚植核心競爭力與永續文化，四十餘年來走過幾番景氣循環、內外衝擊，始終能夠經得起考驗、屹立市場。展望未來，永續相關議題隨著外在環境顛簸變化不斷升溫，我堅信：惟有從根本做起、一步步將永續策略融入日常營運中，才是面對挑戰應有的態度”

# 專注貿易及零售雙核心本業

特力零售事業群		特力貿易事業群	
家家飾	HOLA特力和樂(27)、HOLA Petite(5)、hoi!好好生活(10)	五金工具 手工具、電動工具、五金配件、汽車用品、汽車配件	起居用品 家用電器、家用燈飾、家廚用品、家飾用品、聖誕飾品
居家修繕	TLW特力屋(27+33)		
床墊寢具	HOLA CASA和樂名品傢俱(5)、Reve(5)、WEDGWOOD (12)、FRETTE(1)	衛浴收納 衛浴用品、收納用品、旅行箱包、旅行用品	季節性商品 戶外傢俱、園藝用品、烤肉用品、東北亞專案
全方位居家整合服務	DÉCOR House		
品牌代理	JOYUNG、WMF、WINX、TOSHIBA	文具用品 文具用品、室內傢俱、辦公用品、電腦週邊、電腦配件	代理事業



市場佈局

台灣

美洲

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、辦公大樓及社會住宅興建、物業管理

物流/倉儲服務

台灣、美國、歐洲

Note: store numbers updated as on December 31<sup>st</sup> 2022

# 引領家的產業

- 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一計畫
- 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 )
- 1987 公司成立 ( 專營手工具出口的貿易公司起家 )

2022

擴大越南投資  
增加採購資源

持續佈局  
迎新商機

2021

特力屋通路首度進軍離島

2020

拓展特力屋社區店

2019

HOLA China撤出中國；  
布局東南亞供應鏈；  
強化美國物流布局

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



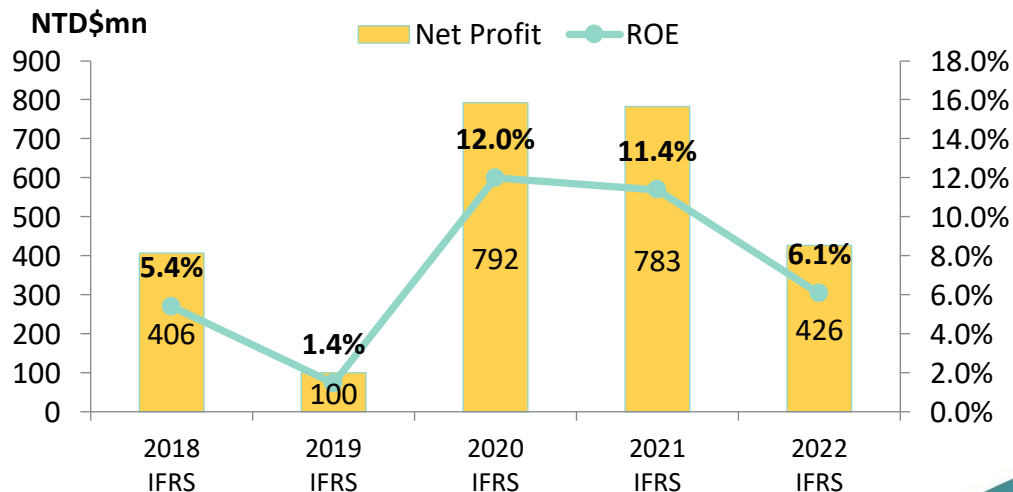
# 財務表現

# 追求股東最佳利益

## 股東權益報酬率穩定

- 特力集團長期獲利穩定，符合股東最佳利益。
- 雖2018年及2019年受和樂中國閉店影響，仍持續投資及精進本業發展，創造正循環，以穩健步伐追求佳績，回應股東期許。

TR Group ROE & Net profit



## 強化公司治理，提高資訊揭露透明度

- 特力公司於臺灣證券交易所/櫃買中心共同主辦之110年度公司治理評鑑，排名列於21%~35%。
- 參照GRI永續報告準則及永續會計準則委員會制定的SASB準則編製永續報告書
- 呼應聯合國永續發展目標 (SDGs)，揭露策略規劃及重要作為。
- 2021特力集團永續報告書取得外部確信
- 2022成立公司治理及永續發展委員會(功能性委員會)

2022年  
全體員工及貿易/零售供應商  
100% 完成廉潔承諾書簽署  
落實誠信經營

# 深具長期投資價值

## 屹立百大服務企業36年，穩居貿易之冠。

一九八六年高居前百大企業，且連年屹立百大榜單始終不墜的企業中，服務業僅十二家。2021疫情考驗應變力，特力不畏挑戰、逆勢成長，穩居貿易類別冠軍企業。



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36年者，多為國營之民生事業單位，如此更凸顯出特力長期穩健經營風格，提供股東長期投資價值。

	1986 排名	2017 排名	2018 排名	2019 排名	2020 排名	2021 排名
台灣電力	1	1	1	1	2	2
中華電信	2	8	10	11	11	13
中華航空	3	13	13	14	17	18
長榮海運	4	14	14	12	12	4
陽明海運	7	15	16	15	13	8
交通部鐵路管理局	8	59	62	62	72	104
台灣自來水	13	53	56	55	54	62
遠東百貨	14	38	41	44	45	54
和泰汽車	17	11	11	10	9	11
中鼎工程	33	25	28	30	33	32
萬海航運	37	29	25	22	22	12
<b>特力</b>	<b>43</b>	<b>41</b>	<b>40</b>	<b>43</b>	<b>40</b>	<b>39</b>

# 2021年穩健之財務表現

## 營業收入(YoY)

2021: 4.7%

2020: 9.8%

受惠於貿易事業的全球採購策略發揮得宜及民眾生活方式的改變，提升居家生活品質成為生活新常態，整體營收較去年同期增加。

## 毛利率

2021: 24.5%

2020: 25.5%

2021全年毛利率因受產品組合之影響，較去年同期減少1%。

## 稅前淨利率

2021: 2.3%

2020: 2.3%

因本業營收表現優異，稅前淨利率仍與去年同期持平。

(新台幣/百萬元)	4Q21	4Q20	年增(減)率%	2021	2020	年增(減)率%
營業收入	11,233	10,997	2.1%	43,757	41,791	4.7%
營業成本	(8,523)	(8,417)	1.3%	(33,051)	(31,130)	6.2%
營業毛利	2,710	2,580	5.0%	10,706	10,661	0.4%
營業費用	(2,618)	(2,391)	9.5%	(9,946)	(9,512)	4.6%
營業利益	92	189	-51.3%	760	1,149	-33.9%
營業外收(支)	118	(93)	226.9%	252	(190)	232.6%
稅前淨利	210	96	118.8%	1,012	959	5.5%
本期淨利	142	163	-12.9%	818	807	1.4%
其他綜合淨利	7	(26)	126.9%	(71)	(99)	28.3%
本期綜合淨利	149	137	8.8%	747	708	5.5%
淨利歸屬於本公司業主	135	221	-38.9%	783	792	-1.1%
(新台幣;元)						
基本每股盈餘	0.27	0.32	-15.6%	1.58	1.6	-1.3%
稀釋每股盈餘	0.27	0.32	-15.6%	1.58	1.6	-1.3%
毛利率	24.1%	23.5%	0.7%	24.5%	25.5%	-1.0%
營業利益率	0.8%	1.7%	-0.9%	1.7%	2.7%	-1.0%
稅前淨利率	1.9%	0.9%	1.0%	2.3%	2.3%	0.0%
稅後淨利率	1.2%	2.0%	-0.8%	1.8%	1.9%	-0.1%

# 2022年財務資訊-化挑戰為成長契機

## 營業收入(YoY)

2022: -14.5%

2021: 4.7%

受俄烏戰爭影響以及疫情後通貨膨脹和升息，全球貿易供應鏈和台灣的零售居家產業均受到挑戰，營收較去年同期減少。

## 毛利率

2022: 24.3%

2021: 22.5%

受惠於產品組合優化，毛利率較去年同期增加。

## 稅前淨利率

2022: 1.1%

2021: 2.3%

因2022年營收減少，致稅前淨利率較去年同期減少1.2%。

(新台幣/百萬元)	4Q22	4Q21	YoY% chg	2022	2021	YoY% chg
營業收入	8,337	11,233	-25.8%	37,409	43,757	-14.5%
營業成本	(6,175)	(8,595)	-28.2%	(28,306)	(33,902)	-16.5%
營業毛利	2,162	2,638	-18.0%	9,103	9,855	-7.6%
營業費用	(2,163)	(2,546)	-15.0%	(8,906)	(9,095)	-2.1%
營業利益	(1)	92	-101.1%	197	760	-74.1%
營業外收(支)	(172)	119	-244.5%	227	252	-9.9%
稅前淨利	(174)	210	-182.9%	424	1,012	-58.1%
本期淨利	(58)	142	-140.8%	452	818	-44.7%
其他綜合淨利	47	7	571.4%	278	(71)	491.5%
本期綜合淨利	(11)	149	-107.4%	730	747	-2.3%
淨利歸屬於本公司業主	(63)	135	-146.7%	426	783	-45.6%
(新台幣/元)						
基本每股盈餘	(0.13)	0.27	-148.1%	0.86	1.58	-45.6%
稀釋每股盈餘	(0.13)	0.27	-148.1%	0.86	1.58	-45.6%
毛利率	25.9%	23.5%	2.4%	24.3%	22.5%	1.8%
營業利益率	0.0%	0.8%	-0.8%	0.5%	1.7%	-1.2%
稅前淨利率	-2.1%	1.9%	-4.0%	1.1%	2.3%	-1.2%
稅後淨利率	-0.8%	1.2%	-2.0%	1.1%	1.8%	-0.7%

# 貿易事業

# 全球佈局、強化供應鏈

## 供應鏈佈局橫跨歐美亞洲，發揮彈性及穩健之出貨實力。



- 在全球8個國家/地區設立12個據點，落實全球佈局、在地經營。
- 深耕美洲40年、歐洲30年，提供客戶更多增值服務。
- 於臺灣、德國及美國等地設有物流中心，為集團客戶提供穩定物流配送貨、倉儲及管理服務。
- 供應鏈南向東南亞，強化全球採購能力，深化內外部客戶服務。



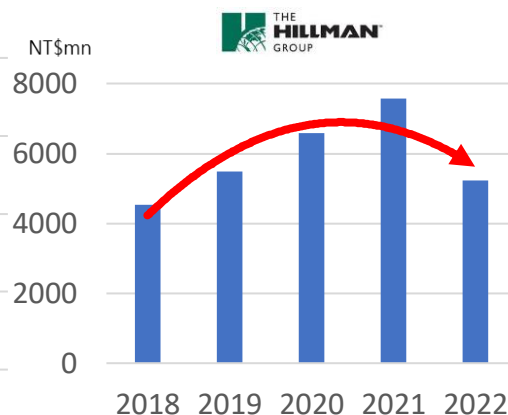
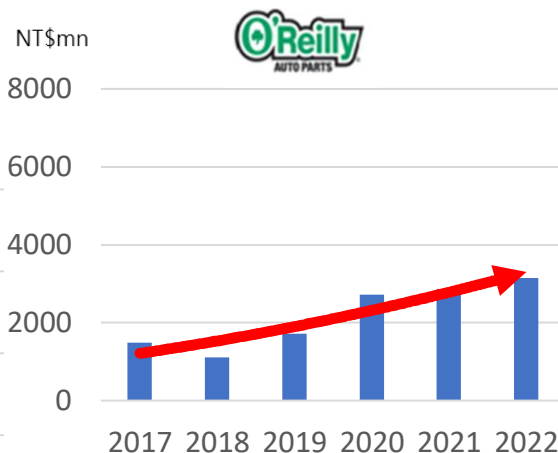
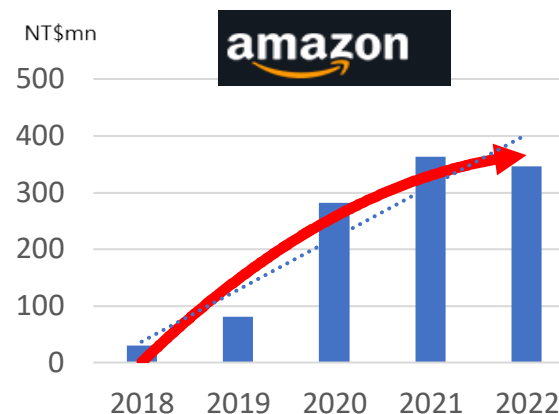
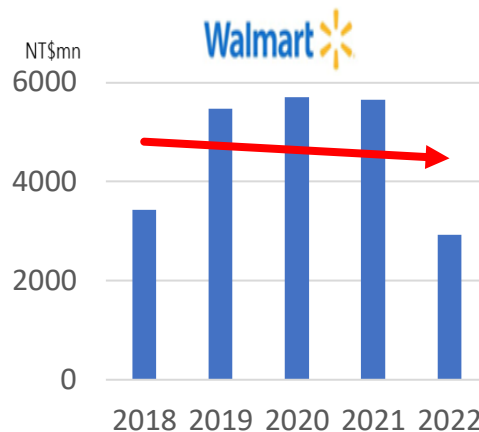
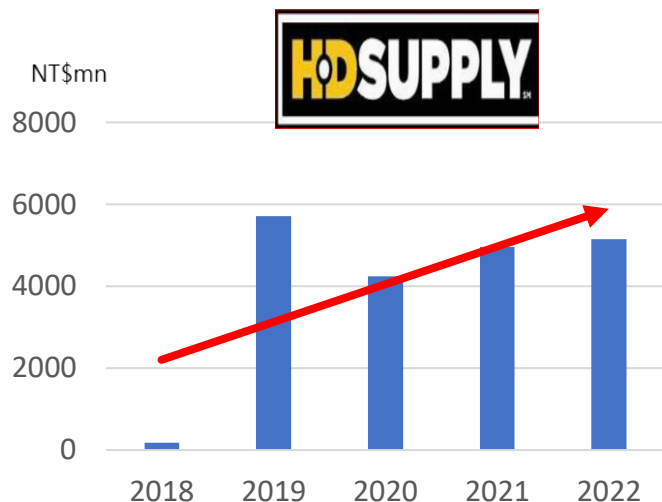


# 服務全球大型零售通路客戶

建立長期穩固服務關係，提供全方位服務，締結策略合作夥伴。

## 貿易業務

- 貿易事業憑藉著專業的全球採購經驗，即使在嚴峻的外在環境挑戰下，出貨仍穩定且順暢，深得貿易客戶們的信任。
- 貿易現有客戶出貨持續穩定成長，新客戶出貨成長速度後勢可期。
- 為Walmart手工具類銷售顧問。
- 與美國Hillman策略聯盟。
- 榮獲O'Reilly之年度最佳供應商。





# 零售事業

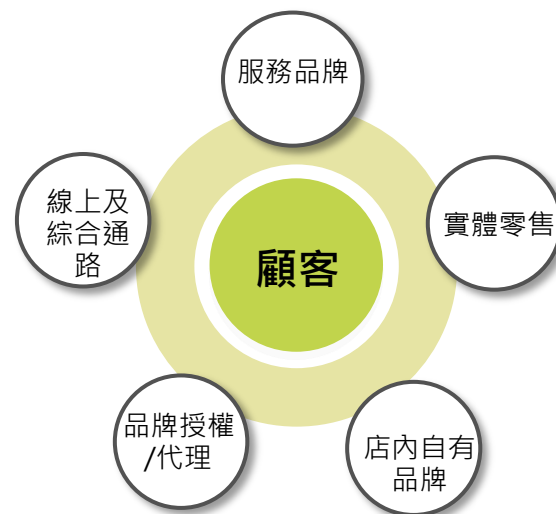
# 以「家」為中心之產業佈局

家的大小事，一輩子都是特力的事。

Store #	2018A	2019A	2020A	2021A	2022A
TLW	27	27	27	26	27
HOLA TW	26	26	26	26	27
TLW-社區店			15	25	33
hoi! 好好生活		9	11	8	10

## 發展策略

- ▶ 強化客戶體驗，促進健康居家生活。
- ▶ 發展社區店，貼近客戶生活圈。
- ▶ 積極整合線上線下，發展通路品牌。
- ▶ 引進國際品牌，開創聯名商機。



# 發展社區店、服務性商品，貼近客戶生活圈

特力屋積極發展社區店，成功展店33家，挹注業績成長。

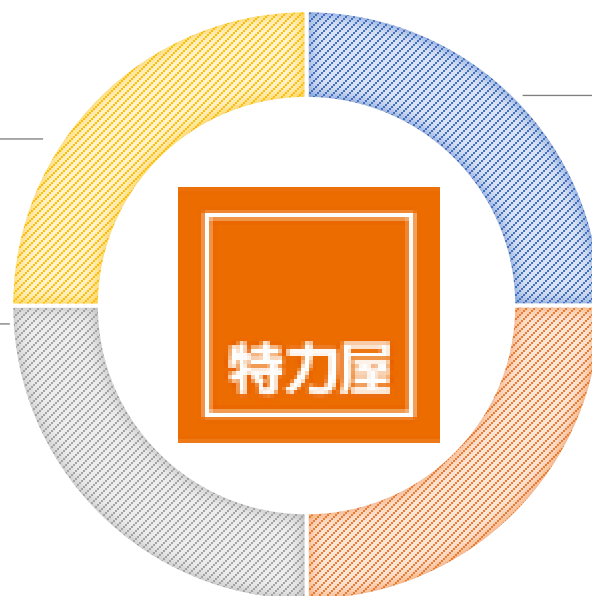


## 裝修改造

- 工具租借
- 油漆換新
- 調色服務

## 便利代勞

- 代客安裝
- 滿額免運
- 即買即裝



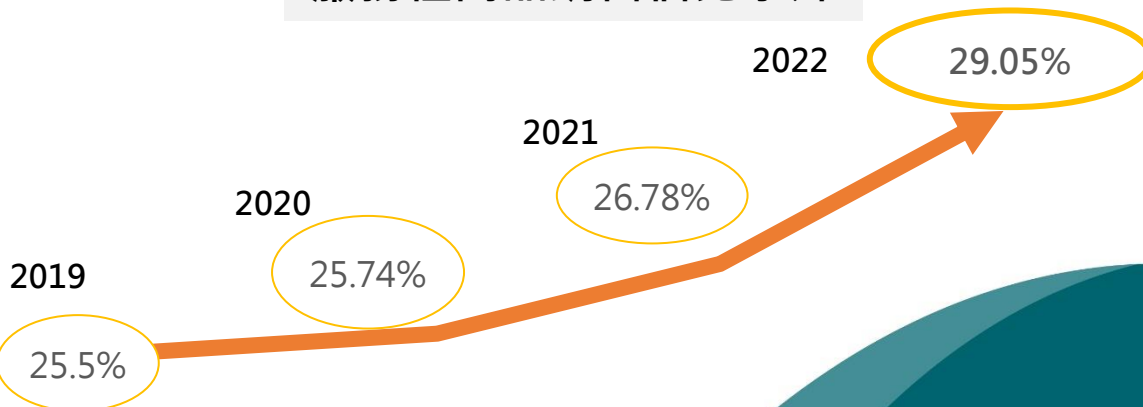
## 因地制宜

- 低接觸丈量服務
- 依照地域性調整商品
- 師傅機動駐點

## 深入社區

- 社區管家服務
- 專業清潔服務
- 廚房衛浴空間煥新

## 服務性商品銷售佔比攀升



- ▶ 隨著社區店快速展店，鄰里滲透率快速提升，服務性商品之銷售額逐年成長。
- ▶ 推動服務性商品，服務性商品銷售佔比顯著升高。

# 強化客戶體驗、促進健康居家生活

## 特力屋：自組樂趣，自造美好

- 先學會，再購買：打造「衛浴、油漆、窗簾、工具五金」DIY體驗區，引導消費者親自操作，體驗式購物讓回家DIY超簡單。



- 居家情境展示，開啟智慧生活：擴大居家展示區域，結合智能配件，如聲控窗簾、燈具，讓家變得更聰明。



- 居家活動DIY：配合民眾對居家生活品質的要求紛紛提升，推廣DIY核心，鼓勵動手做，強化體驗價值與成就感。

## 特力和樂：設計生活，體驗優先

- 差異化購物體驗：HOLA「家的企劃師」協助設計餐桌、睡眠、空間等居家環境，期待與消費者共同創造家的動人時刻。



- 打造獨有的生活提案：HOLA生活學課程持續開發與經營，招募熟客實踐體驗經濟。



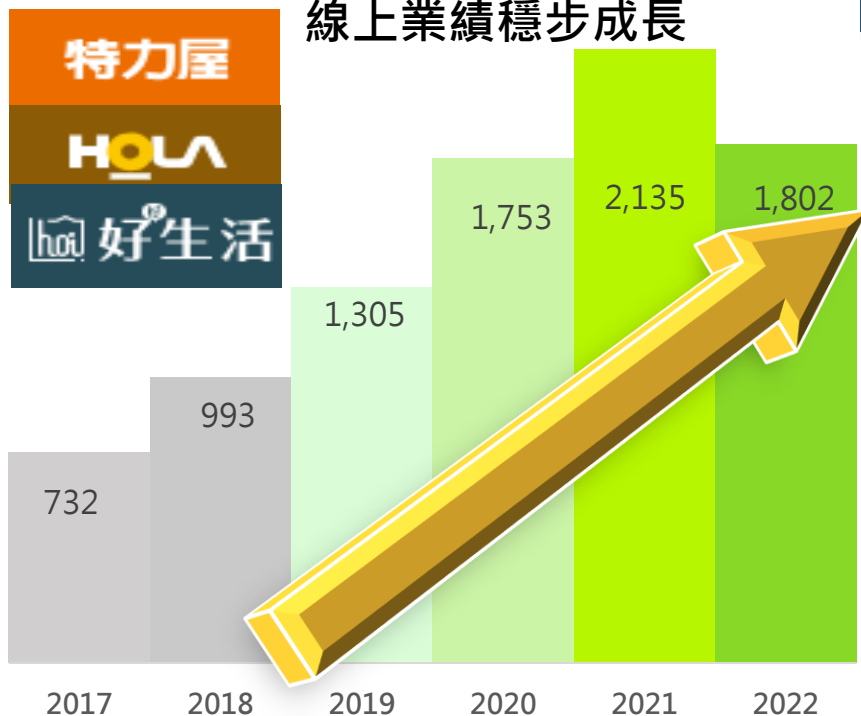
- 智能選枕：完整HOLA大白品的顧客選購需求，強化品牌專業形象，加深消費者記憶度。

# 積極整合線上線下，發展通路品牌

整合優勢服務，2022年線上通路業績逾18.2億元。

- 集團數位實力持續提升，整合線上線下定位契合市場需求。
- 各通路整合資源與需求，提高數位綜效。

各大居家零售通路  
線上業績穩步成長



發揮數位體驗及綜效-hoi! 好好生活

- 網路店為最大門店，覆蓋所有商品，作為實體店推薦商品之延伸貨架，網路店佔整體營收達40%。
- 通路發展朝向家具 + 生活雜貨雙線並進；開發結合在地文化商品，社群反映熱烈。
- 持續推動聯名商品開發策略，與 CAFE ACME 合作，推出首間聯名店「CAFE ACME」x「hoi! 好好生活」；推出 hoi! x 日京山風香氛洗沐系列。





# 創新跨界，開創聯名商機，擴大X的力量

跨界聯手突破同溫層，挖掘新客層，擴大影響力。

透過跨界聯名，從圖像角色聯名到祈福聯名、公益聯名等，成功打開新市場、找出新客人，擴大集團居家生活專業的影響力，讓更多新鐵粉帶動集團發展新動能。



# TR HOME 特力家品引進國際品牌

- 加強網路平台及電視購物銷售。
- 整體數位通路佈局成功。
- 聚焦廚電鍋具，引進低中高價格帶品牌，擴大綜效。



# 核心能力 價值創造



# 新產品研發和設計獲國際肯定

結合貿易及零售雙本業，持續投入新產品設計，提供創新、差異化價值。

特力集團自2014年首次參與國際設計獎項，至今已累積奪得32座國際設計大獎，包含24座包裝設計獎和8座產品設計獎。



2014

2017

2020

2021

2022



x 3



x 2



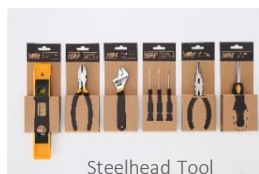
x 3



Pinocchio and his friends



x 2



Steelhead Tool



x 3



Duramax Toolbox



x 1



Solar Déco Light

## 特力集團

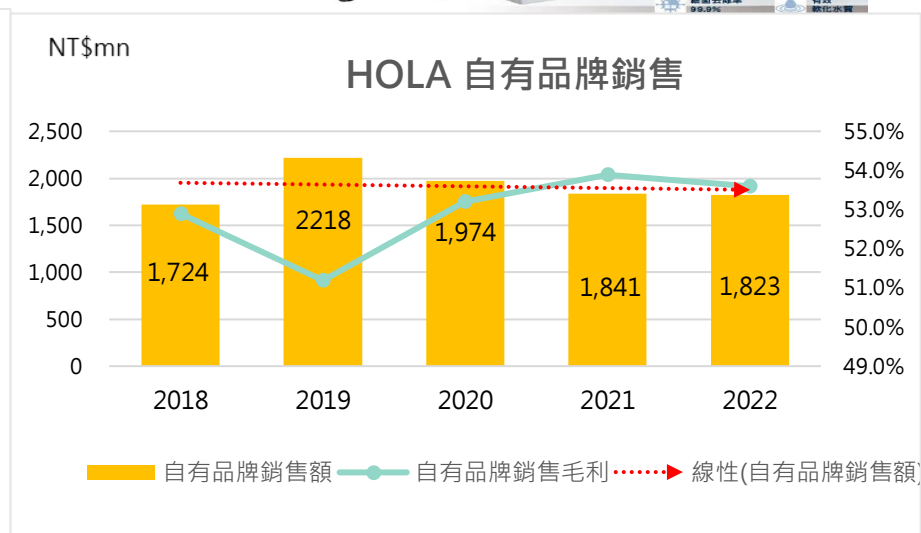
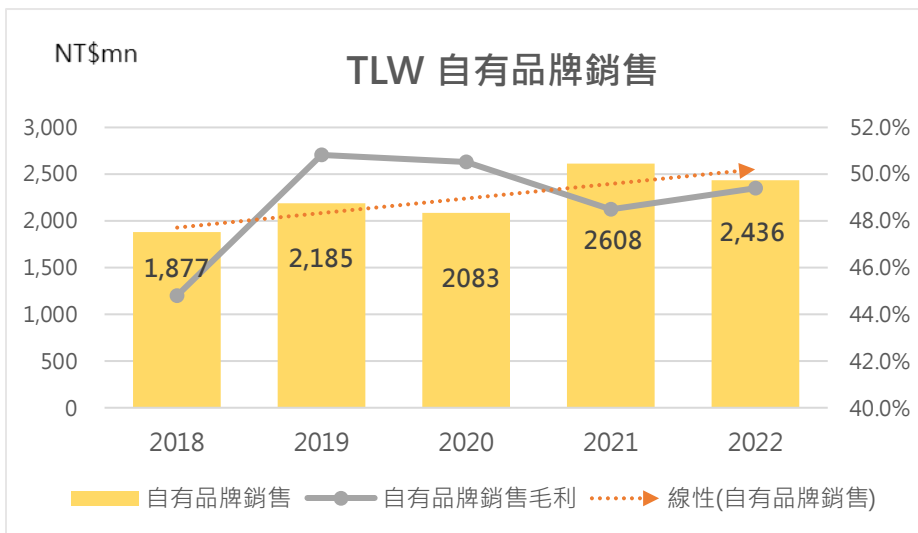
- 大中華2,422家企業中，排名前100名
- 台灣802家企業中，排名前50名
- 全球包裝類獲獎企業833家中，排名前25

(Source : iF WORLD DESIGN AWARD INDEX 2017-2021 AS OF Aug 25, 2021)

# 運用集團優勢開發獨家商品

• 善用集團豐沛資源及專業開發能力，發展自有品牌成果斐然。

- 持續發展特力屋自有品牌：主力商品為燈飾、衛浴、收納家具，以及開發淨水自有品牌。
- 持續發展特力和樂自有品牌：主力商品為寢具、抱枕坐墊、家具收納。
- 引進獨家商品，整合內外資源：提供銷售、安裝、維修一條龍服務；擴大廚房及臥室的品類、通路佈建。



# 保護環境、培育人才，落實ESG責任

## 推動環保減碳、綠色消費

### 綠色商品

2021年特力屋零售綠色標章商品銷售品項數成長20.5%

### 綠色商品

2021年特力屋零售綠色商品採購金額達新台幣9.7億

### 綠色商品

特力屋出口至歐洲所有木製品，100%取得FSC認證。

### 綠色商品

特力屋決定全力推動降PVC策略，2023年起，一次性商品禁用PVC。

### 綠色運輸

採行越庫物流作業，於2021年減少碳排量達2,370.8噸。

### 綠色營運

2021年特力集團用電密集度再減少4.6%

### 綠色營運

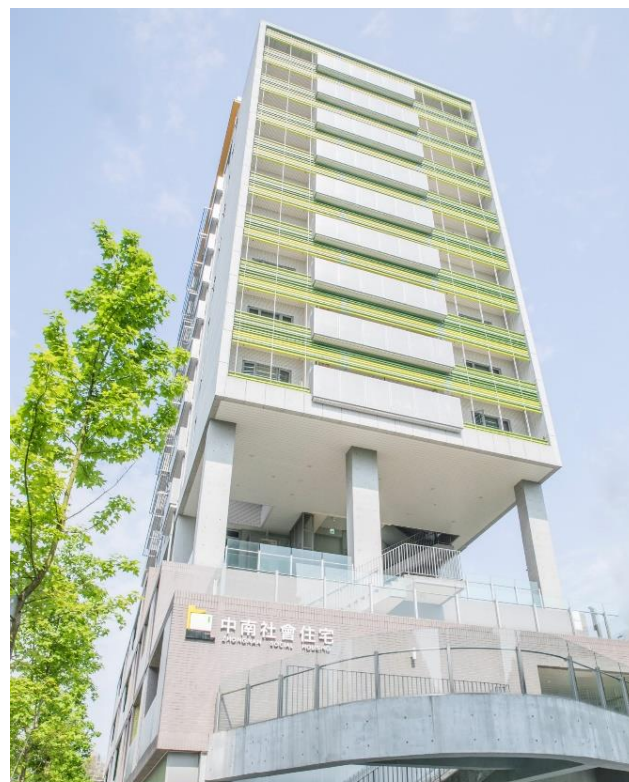
特力屋所有大型店及2021年前開設之社區店皆取得綠色商店認證。

### 綠色營運

2021年特力集團環保節能支出/投資再成長14.4%

## 堅持多元、公平發展機會

- 培育人才，2022年數位課程總人時成長159%
- 女性平等發展，總部女性管理職佔比達47.6%



### 發揮專業，推廣綠建築

特力旗下中欣團隊「統營營造」承攬之「臺北市南港區中南社會住宅」，於2021年12月正式取得綠建築銀級標章。

---

**THANK YOU**

For Watching

---