

---

特力(2908:TT)  
2017年第三季投資人報告資料

---

*2017 November*

# 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

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

劉智紘(如有額外資訊需求請聯絡)  
特力(股)公司財務經理暨代理發言人  
TEL:886-2-8791-5888ext.6073  
Email: daniel.liu@testritegroup.com

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

# Agenda

---

- 2017 Snapshot.....4
- 2017年第三季財務資訊摘要.....5
- 集團介紹.....12
- 零售事業.....16
- 貿易事業.....22
- 附件.....26

# 3Q2017 Snapshot

## 3Q2017 GROUP OVERVIEW

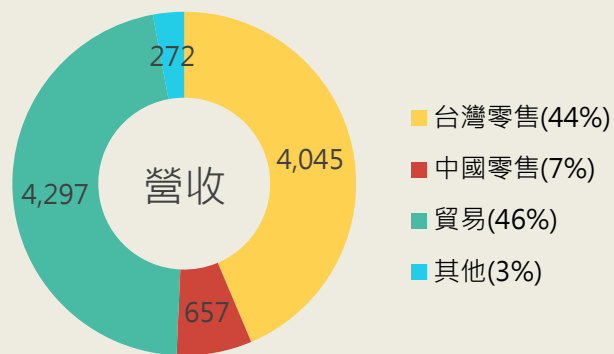
NT\$9,271M  
營業收入

NT\$M  
營業毛利

NT\$161M  
營業淨利

NT\$157M  
稅後淨利

NT\$ 0.32  
EPS



特力屋台灣  
27 stores

和樂中國  
27 stores

和樂台灣  
25 stores

品牌代理  
18 brands

零售合計銷售額  
NT\$4,045M

特力屋自有品牌佔比  
12.8%

和樂台灣自有品牌佔比  
32.6%

貿易總出貨量  
NT\$7,132M

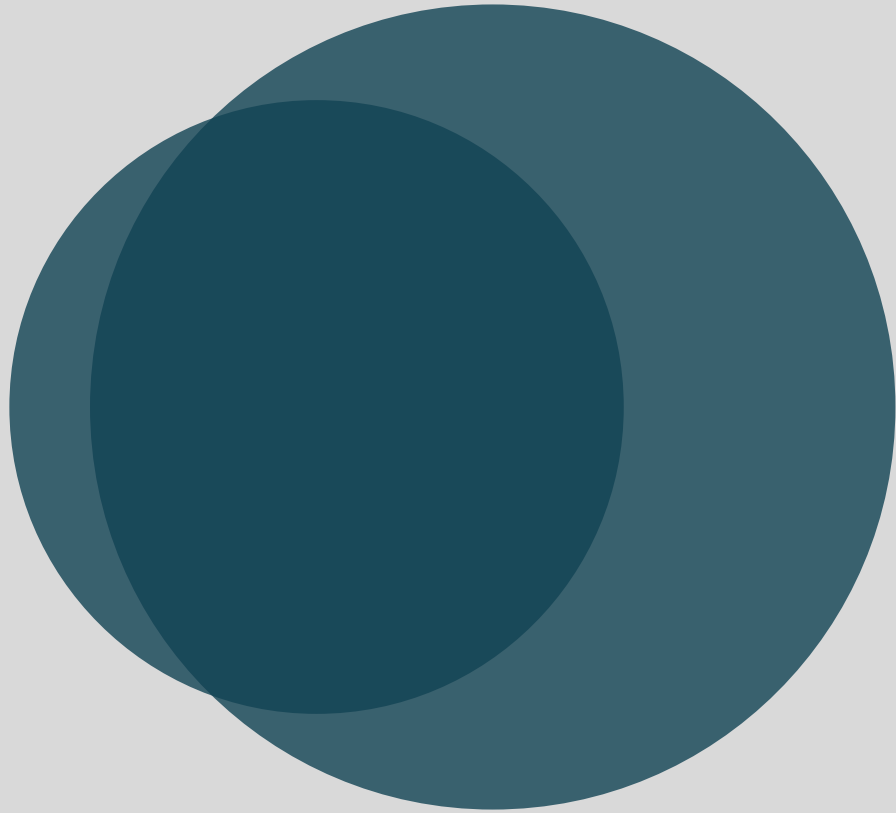
北美出貨佔比  
80.4%

歐洲出貨佔比  
2%

全球營運  
11國家/14據點

物流中心  
4國家

全球員工總數  
5707人



# 2017第三季 財務資訊摘要

# 2017第三季財務資訊摘要

## 營業收入(YoY)

3Q17: 7.1 %  
3Q16: -3.7 %

## 毛利率

3Q17: 28.1%  
3Q16: 31.9%

第三季營收增幅主要來自於貿易事業體成長，而貿易毛利率較低，致使集團毛利率下滑。

## 營業利益率

3Q17: 2.0 %  
3Q17: 2.1%

受惠於和樂中國營業費用降低，集團合併營業利益較去年同期成長。

(新台幣/百萬元)	3Q17	3Q16	年增(減)率%	FY2017	FY2016	年增(減)率%
營業收入	9,271	8,658	7.1%	28,266	27,057	4.5%
營業成本	(6,662)	(5,894)	13.0%	(20,053)	(18,454)	8.7%
營業毛利	2,609	2,764	-5.6%	8,213	8,603	-4.5%
營業費用	(2,428)	(2,583)	-6.0%	(7,430)	(7,882)	-5.7%
營業利益	181	181	0.0%	783	721	8.5%
營業外收(支)	(24)	2	NA	(96)	69	NA
稅前淨利	157	183	-14.5%	688	791	-13.1%
本期淨利	161	152	6.0%	601	576	4.4%
其他綜合淨利	34	(65)	NA	(5)	(117)	-95.5%
本期綜合淨利	195	87	123.4%	596	459	29.8%
淨利歸屬於本公司業主	161	152	6.0%	601	576	4.4%
(新台幣;元)						
基本每股盈餘	0.32	0.3	4.4%	1.18	1.13	4.6%
稀釋每股盈餘	0.32	0.3	4.4%	1.18	1.13	4.6%
毛利率	28.1%	31.9%	-3.8%	29.1%	31.8%	-2.7%
營業利益率	2.0%	2.1%	-0.1%	2.8%	2.7%	0.1%
稅前淨利率	1.7%	2.1%	-0.4%	2.4%	2.9%	-0.5%
稅後淨利率	1.7%	1.8%	0.0%	2.1%	2.1%	0.0%

# 2017第三季各事業體合併損益

## 各事業體營業收入

貿易營收成長受惠於新客戶的訂單挹注;台灣零售受大環境的影響，營收微幅下滑;和樂中國持續關閉虧損實體店面，縮減營運規模。

## 各事業體稅後淨利率

貿易獲利減少主要受歐洲子公司BBQ烤爐銷售不佳庫存調整，以及採購代理業務出貨量較去年同期減少。

和樂中國在關閉多家中國虧損門店後，經營績效持續有所改善，營業費用較去年同期大幅減少，同店收入亦較去年同期成長，虧損幅度較去年同期改善31%。推動集團合併稅後淨利較去年同期成長7.1%。

各事業體合併營收 (新台幣/百萬元)	3Q17	2Q16	年增(減)率%	FY2017	FY2016	年增(減)率%
台灣零售事業▲	4,045	4,114	-1.7%	12,552	13,192	-4.9%
和樂中國^	657	797	-17.5%	2,037	2,594	-21.5%
特力貿易®	4,297	3,438	25.0%	12,946	10,397	24.5%
其他#	272	309	-12.0%	731	875	-16.4%
<b>集團合併營業收入</b>	<b>9,271</b>	<b>8,658</b>	<b>7.1%</b>	<b>28,266</b>	<b>27,057</b>	<b>4.5%</b>
各事業體稅後淨利 (新台幣/百萬元)	3Q17	2Q16	年增(減)率%	FY2017	FY2016	年增(減)率%
台灣零售事業▲	70	72	-2.6%	386	414	-6.7%
和樂中國^	(64)	(92)	-31.0%	(216)	(319)	-32.3%
特力貿易®	163	192	-15.0%	521	583	-10.8%
其他#	(8)	(20)	-58.1%	(90)	(102)	-11.8%
<b>集團合併稅後淨利</b>	<b>161</b>	<b>152</b>	<b>6.0%</b>	<b>601</b>	<b>576</b>	<b>4.4%</b>

®特力貿易合併包含大中國地區貿易,TRPC,SO/RO以及關係人沖銷數。

▲台灣零售事業營收包含特力屋、特力家居、和樂台灣及特力屋室內裝修設計(股)、特家、特力恩瑞

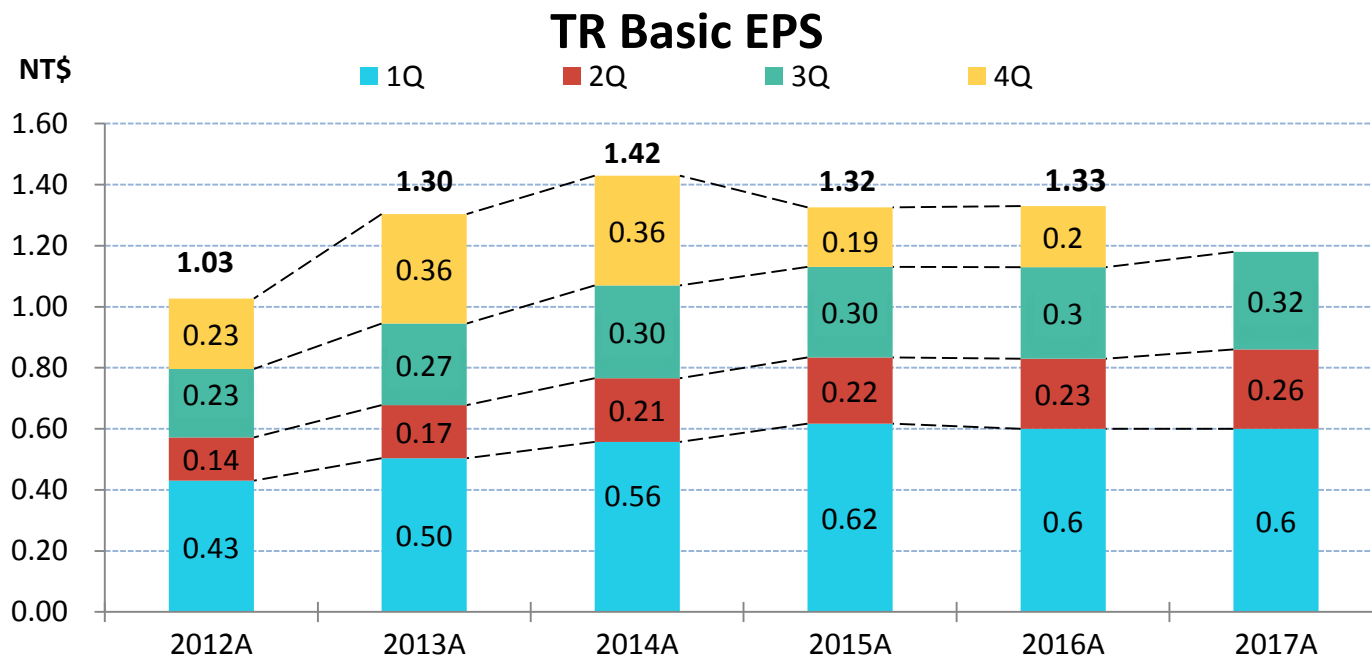
^和樂中國僅計算HOLACN

#其他營收包含Life1Plaza,TRRothers中欣,集團費用及售後租回利益認列。

# 穩定現金股利及高可扣抵稅率

NT\$	2012A	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A
Cash dividend	1.08	1.00	1.13	0.95	1.08	-
Payout rate	77.1%*	76.9%	79.6%	72.0%	81.2%	-
Tax Deductable	20.48%	20.48%	20.48%	20.48%	20.48%	-

\*EPS1.4onR.O.C.GAAPbasis





# 長期投資價值-屹立台灣百大服務業30年



一九八九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	2016排名
台灣電力	1	1
中華電信	2	6
中華航空	3	10
長榮海運	4	12
陽明海運	7	13
交通部鐵路管理局	8	55
台灣自來水	13	48
遠東百貨	14	32
和泰汽車	17	9
中鼎工程	33	22
萬海航運	37	24
特力	43	41

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。如此更體現出特力長期穩健經營管理風格，提供股東長期投資價值。

# 追求股東最佳利益

## 特力集團追求股東最佳利益

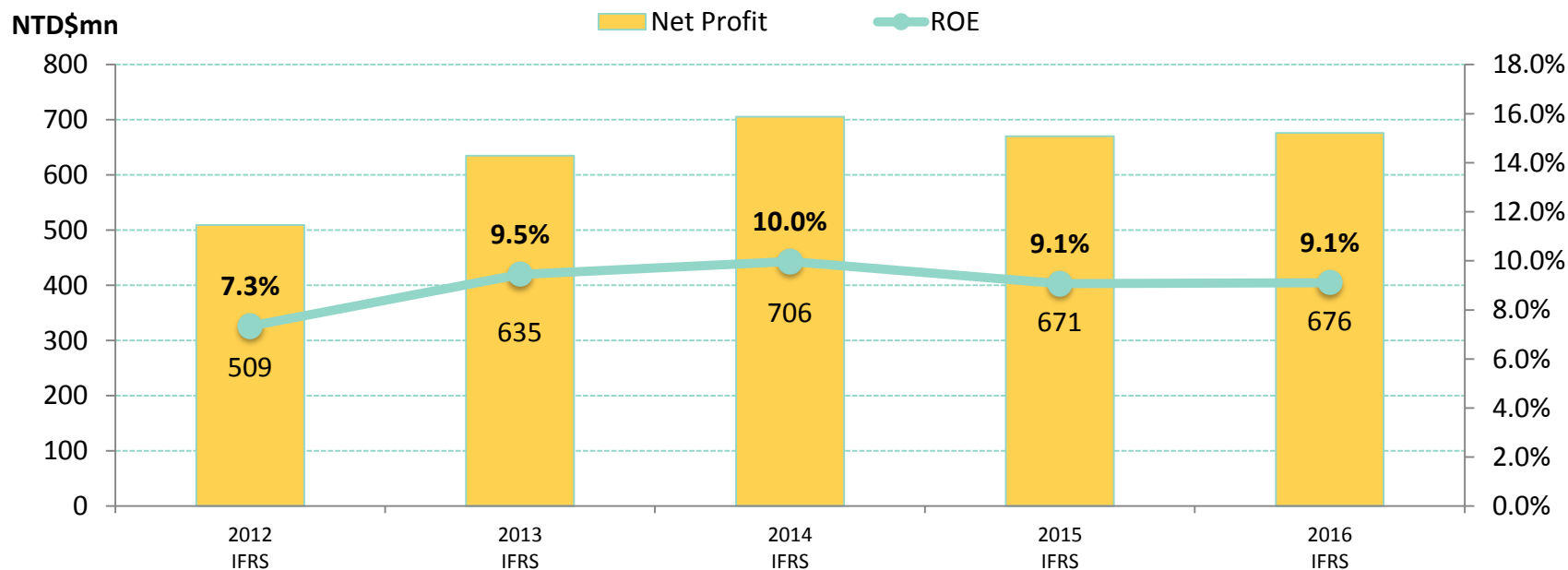
近三年股東權益報酬率(ROE)穩定介於9-10%

## 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



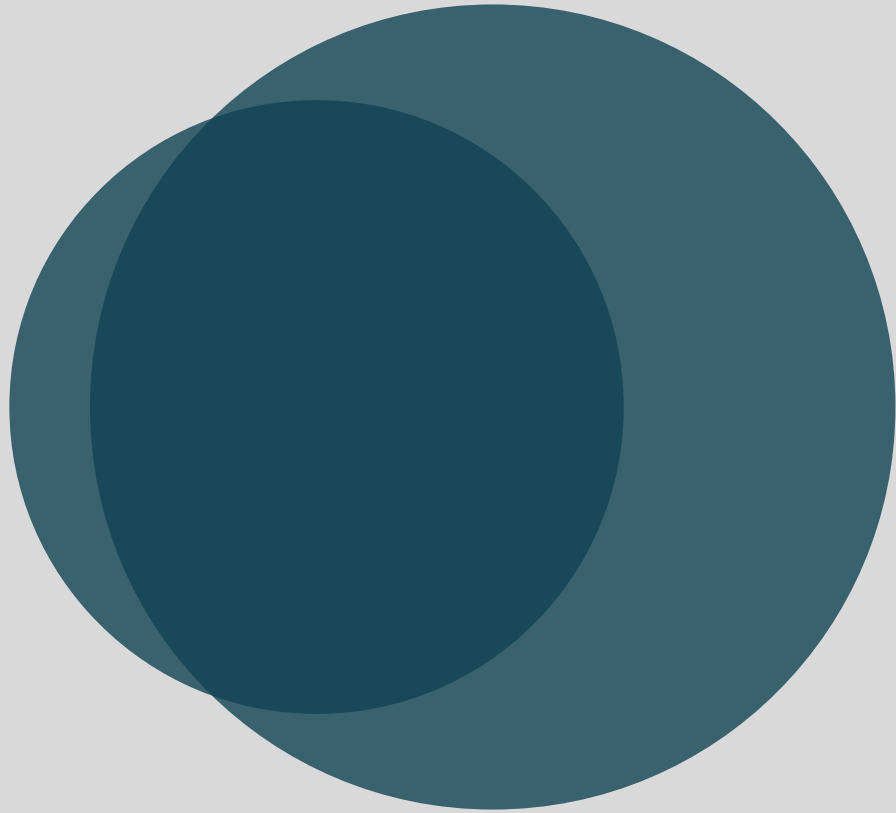
# 2017年展望

## 貿易事業

- 1) 強化自行開發設計能力，轉型為產品公司
- 2) 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) 強化與策略聯盟夥伴的合作關係，提昇出貨量
- 4) 發展第三方/檢驗公司業務
- 5) 持續整合新併購之德國子公司，建立歐洲樞紐中心
- 6) 持續整合集團貿易與零售事業以達成綜效
- 7) 持續增進客戶關係

## 零售事業

- 1) 展店計劃
  - 特力屋、和樂台灣:無展店計畫
  - Crate & Barrel無展店計畫，但開設線上商店。
  - 品牌代理增加於百貨設櫃拓展
  - 和樂中國:無展店計畫，聚焦於電子商務及加盟店之拓展，進行獲利結構改善。
- 2) 實體通路強化消費者體驗
- 3) POS系統的整合，打破線上線下的界線，將線下的流量導引至線上，達到在商品、支付、會員、促銷等面向線上線下之全通
- 4) 強化特力屋室內裝修事業體發展，提高服務價值，並與建商合作推動產品銷售
- 5) 提高自有品牌銷售比例
- 6) 整合採購團隊發揮兩岸聯採效益



# 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三步發展。



**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臺灣總經理三職，擁有25年IBM從業經驗。

# 大紀事



# 集團架構

## 特力零售事業 (3Q2017合併營收:~新台幣40億元)

家居家飾	HOLA特力和樂 Taiwan(25) China(27)
居家修繕	TLW特力屋(27)、 特力屋PLUS宅修便利購(1)、HISU(2)
床墊寢具	HOLACASA和樂名品傢俱(25)、HOLA Petite(6) WEDGWOOD(14)、FRETTE(5)、Zucchi(3)、Elle (1)
全方位居家 整合服務	DÉCOR House
品牌代理	Crate & Barrel(2)

### 市場布局



## 特力貿易事業群 (3Q2017總出貨金額:~新台幣71億元)



### 市場布局



## 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

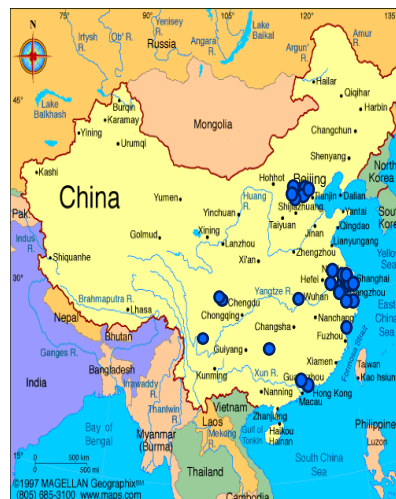
### 物流/倉儲服務

中國大陸台灣、美國、歐洲

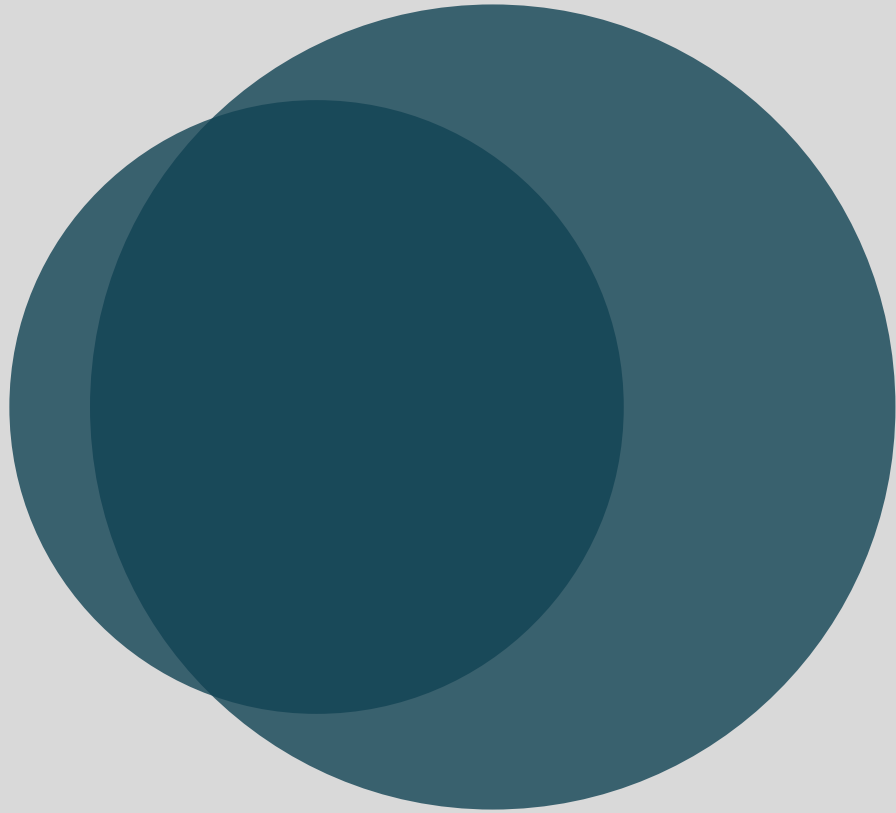
Note: store numbers updated on September 30<sup>th</sup>, 2017

# 以「家」為中心的產業佈局

Store #	2012A	2013A	2014A	2015A	2016A	3Q2017
TLW	24	26	26	26	27	27
HOLA TW	21	22	23	25	25	25
HOLA CN	31	33	35	38	33	27
Avg. selling space(m <sup>2</sup> )	2012A	2013A	2014A	2015A	2016A	3Q2017
TLW	3,696	3,541	3,541	3,410	3,727	3,634
HOLA TW	2,466	2,414	2,311	2,179	2,218	2,223
HOLA CN	2,054	1,904	1,906	1,867	1,881	1,908







# 零售事業

# 強化自有品牌銷售提昇毛利

3Q2017

特力屋佔比12.8%  
HOLA佔比 32.6%



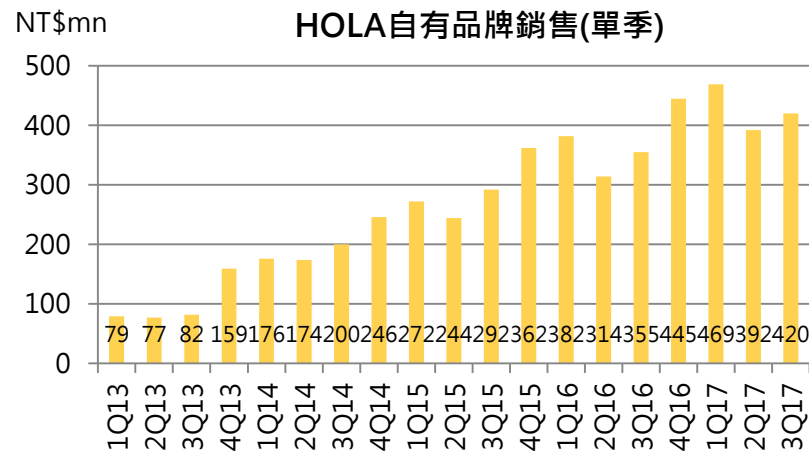
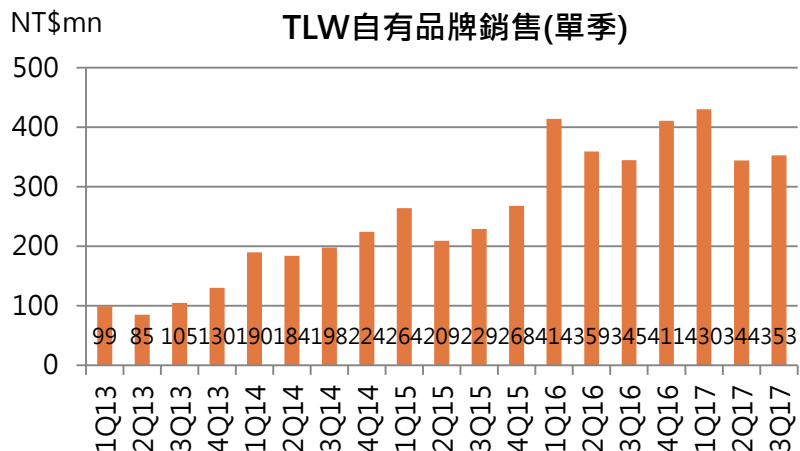
中期目標

特力屋-達到15%  
HOLA-達到30%

長期目標

特力屋-達到30%  
HOLA-達到50%

- 兩岸聯合採購降低成本
- 強化品牌設計成為潮流引領者



# Omni-Channel全通路結合

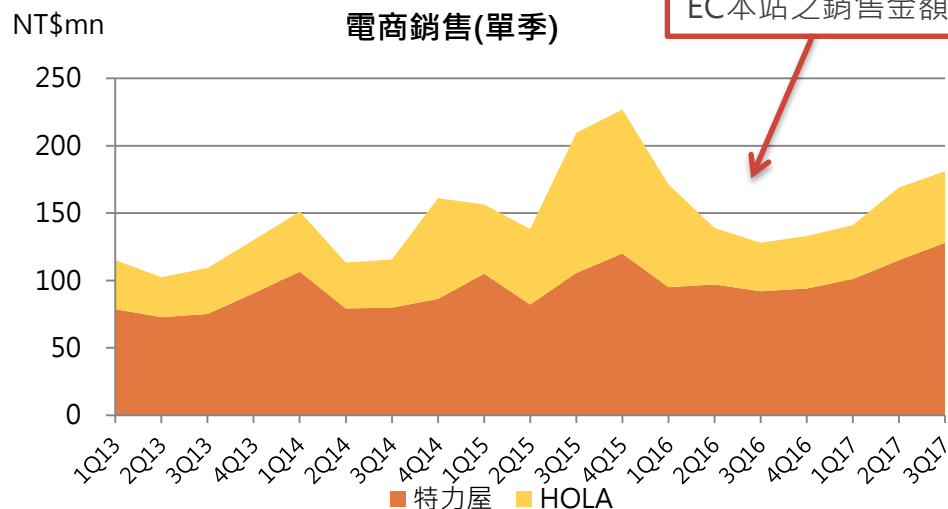
## 3Q2017

- 特力屋電商銷售佔比 4.6%
- HOLA電商銷售佔比 4.1%



## 2017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三條龍的服務
- 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。



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

# 成長動能-品牌代理事業

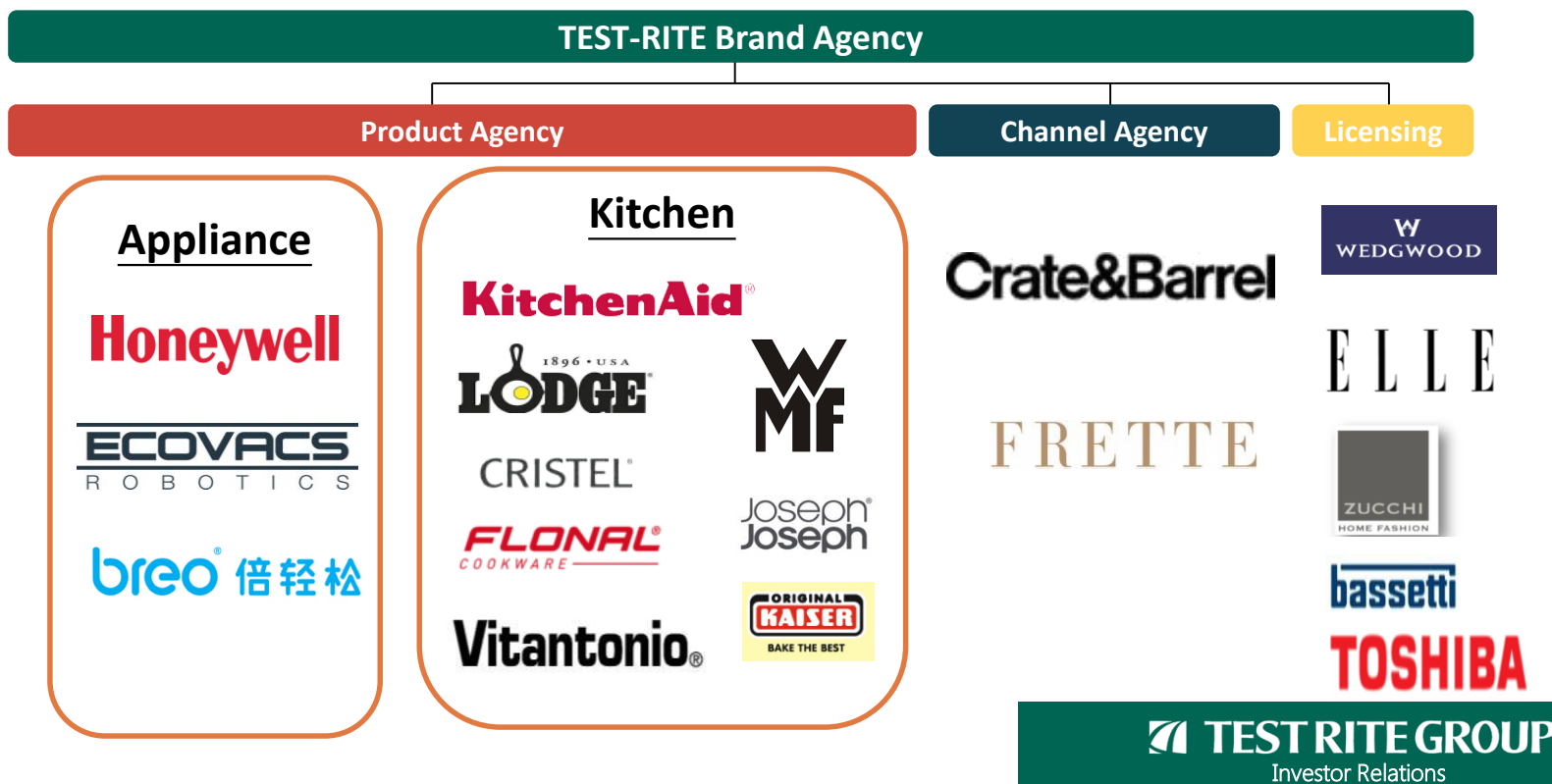
3Q2017

代理品牌數量總計18家



2017年目標

- 提昇代理品牌市場知名度
- 加強佈建銷售通路



# 和樂中國策略

## 3Q2017

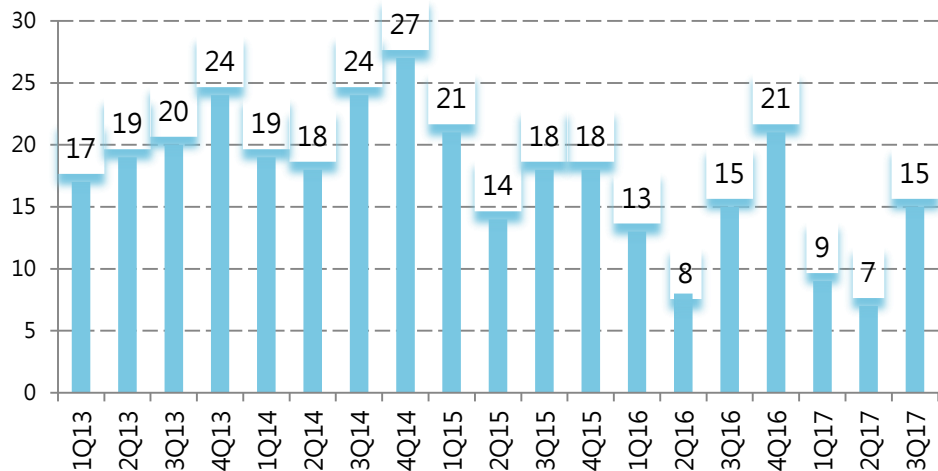
- 自有品牌銷售佔比 19.6%
- 自營佔比 54.5%
- 電商銷售佔比 1.22%



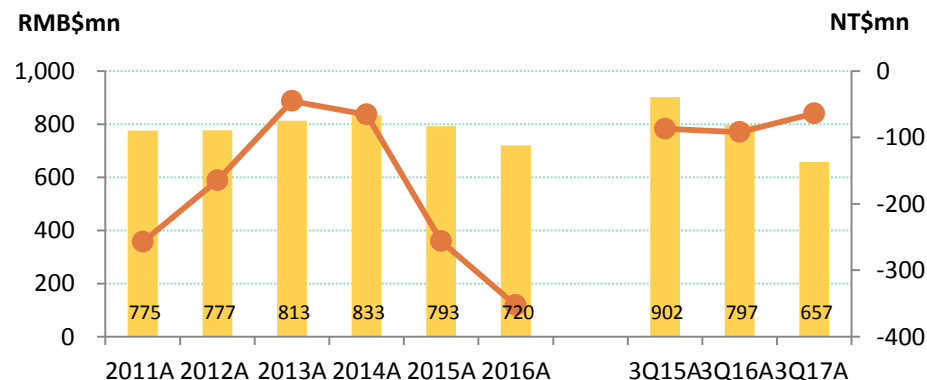
## 2017目標

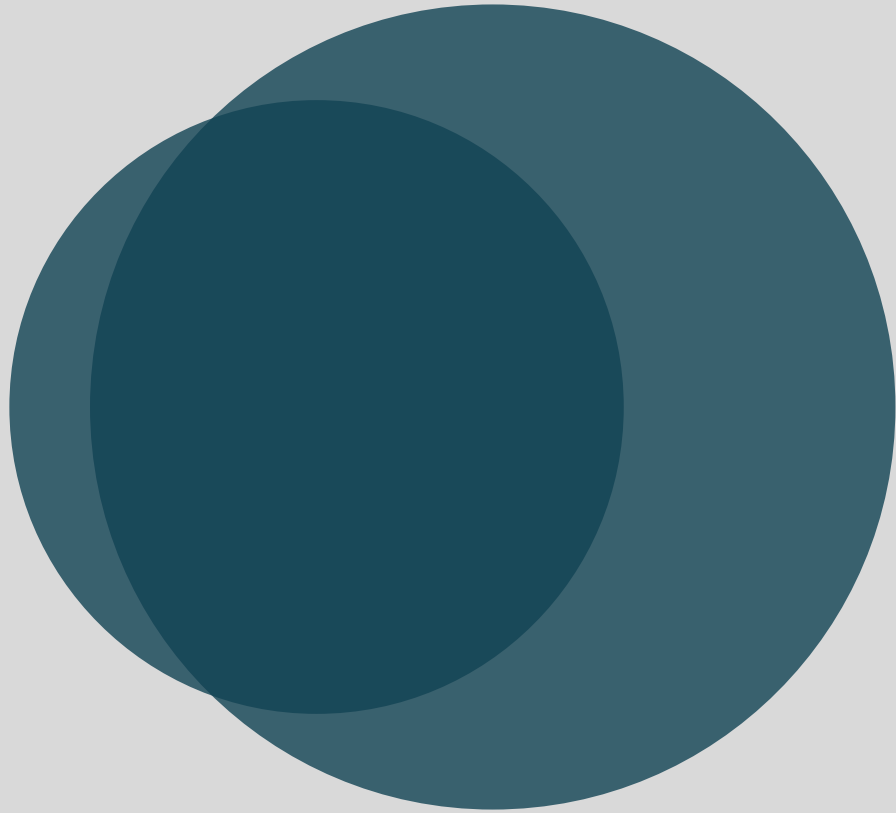
- 提昇自營、自有品牌比率
- 透過兩岸聯合採購降低成本
- 增加店端獲利/降低總部費用以達到損平
- 積極審視各店之店端獲利能力，關閉無法達成獲利目標之門店以改善體質

HOLA CN Breakeven store numbers



HOLA CN Net Sales & Profit





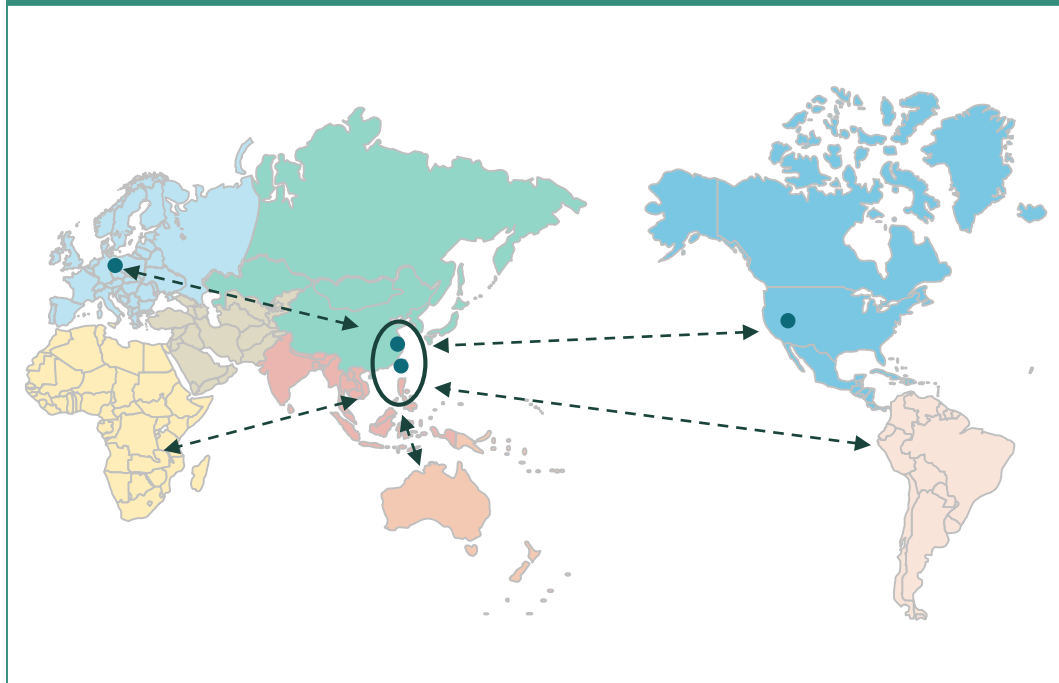
# 貿易事業

# 貿易事業全球佈局



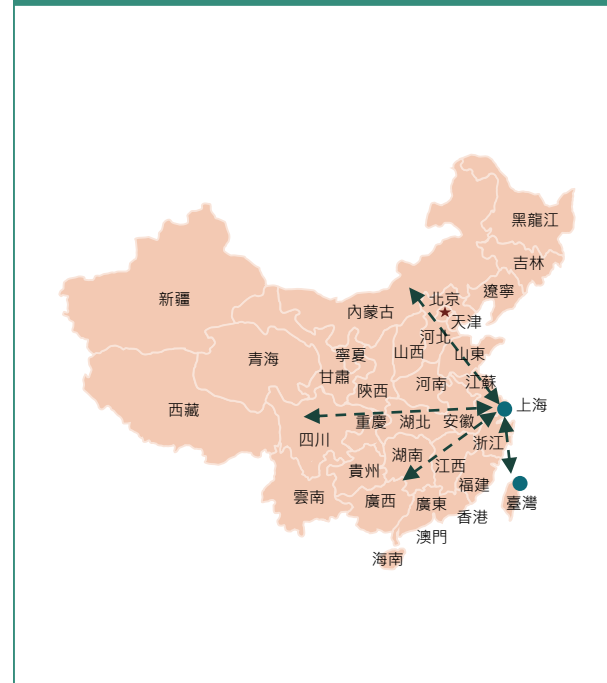
- 在全球11個國家/地區中，擁有14個據點；於臺灣、中國大陸、德國及美國四地設有物流中心
- 美國物流中心為傳統貿易客戶提供倉儲、物流配送系統及管理服務

## 貿易事業全球佈局



● 特力倉儲物流中心

## 貿易事業中國佈局



# 服務全球大型零售通路

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





# 北美市場活絡帶動貿易成長

## 3Q2017

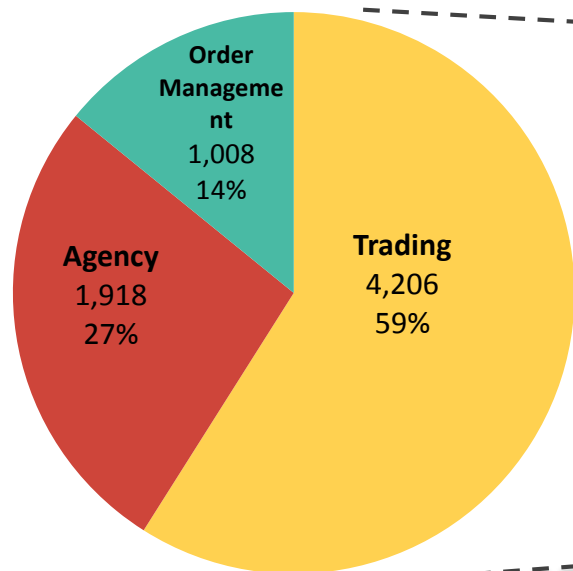
- 北美市場仍為成長最快速的區域。
- 表現較佳為Hardline手工工具產品線，Seasonal 季節性戶外產品則因歐洲地區氣候不佳影響出貨遞延。



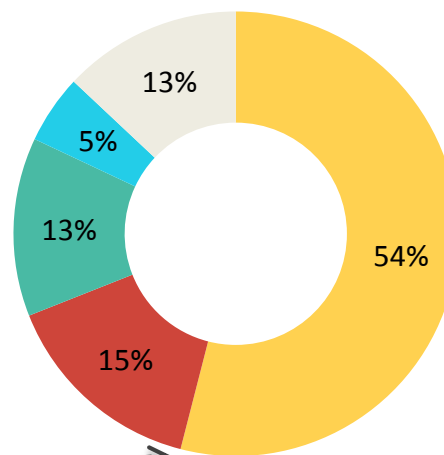
## 2017目標

- 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

貿易總出貨量NT\$7,132M



總出貨量  
略衰1.54 %YoY



### Trading by Category

- Hardline
- House Ware
- Seasonal
- Electrical
- Others

# 出貨量快速成長

## 3Q2017

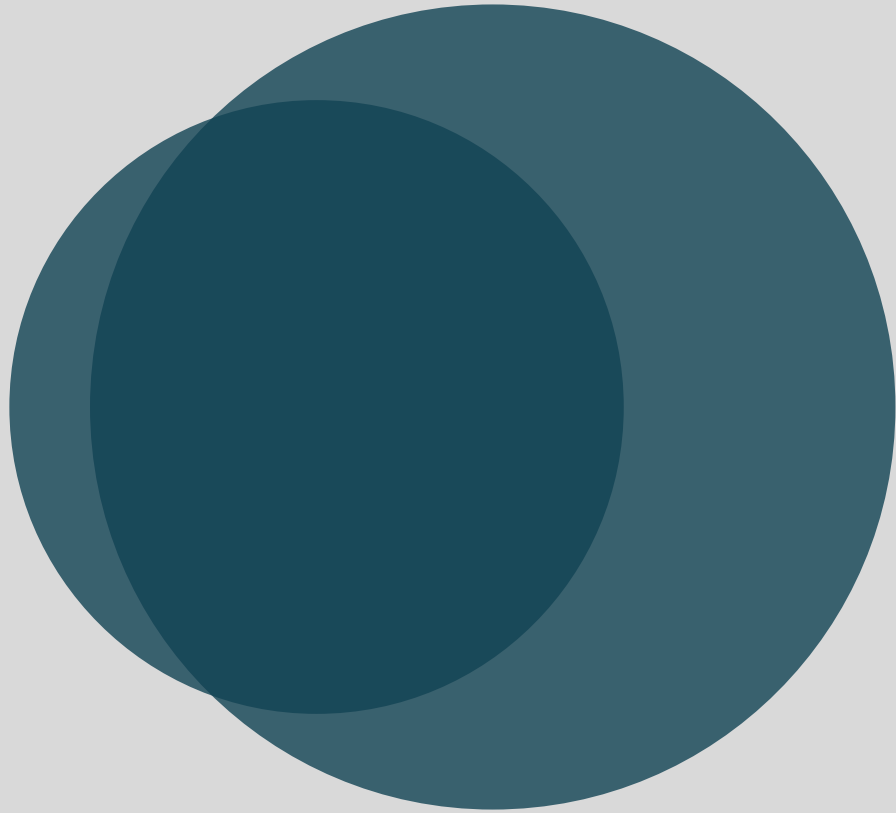
- 傳統貿易受惠於新客戶訂單挹注，全年可望維持強勁成長。
- 採購代理對既有客戶出貨量在第三季呈現減少，但展望全年出貨量仍可維持正成長。



## 2017目標

- 傳統貿易在新客戶訂單挹注下，可望有超過三成之成長率。
- 一般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，出貨量較16年再成長。

合併出貨金額(新台幣/仟元)	2017*	2016*	年增(減)率%
傳統貿易第三季出貨金額	4,206,131	3,317,801	21.12%
採購代理第三季出貨金額	2,925,771	3,923,943	-34.12%
- 一般採購代理出貨	1,917,743	2,744,246	-30.12%
- 訂單管理出貨	1,008,028	1,179,696	-14.55%
<b>第三季總出貨金額</b>	<b>7,131,902</b>	<b>7,241,744</b>	<b>-1.54%</b>
一至九月傳統貿易出貨金額	12,667,609	10,108,373	25.32%
一至九月採購代理出貨金額	9,724,346	9,259,020	5.03%
- 一般採購代理出貨	5,697,525	6,373,727	-10.61%
- 訂單管理出貨	4,026,821	2,885,293	39.56%
<b>一至九月總出貨金額</b>	<b>22,391,955</b>	<b>19,367,393</b>	<b>15.62%</b>



# 附錄

# 自有品牌-強化設計與品牌力提昇

HOLA 春夏風格及秋冬風格每年兩檔新品發表，引領居家生活潮流

## 2017春夏「雨後巴黎」居家樣貌！

浪漫色彩●雨後水彩暈染漸層效果



# 新推出自有品牌 – 鍋具產品線

價格具優勢 / 毛利更佳

2016年11月開賣 / 2017年 **Q1單季** 售出 **1萬5千件**  
已逐步推出不鏽鋼鍋、不沾鍋以及琺瑯鑄鐵鍋等系列產品

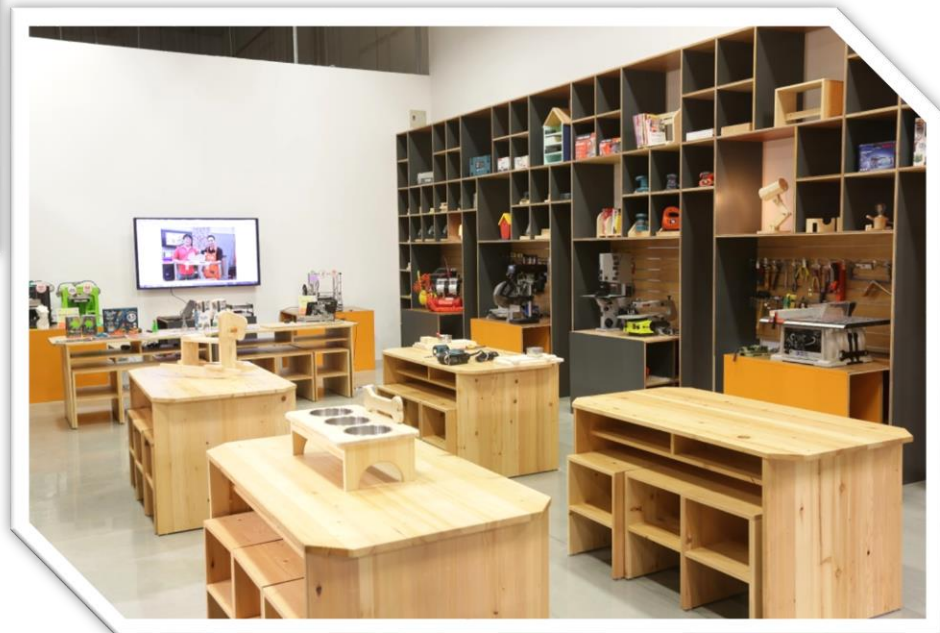


# 特力屋2.0 - 體驗先「玩」再「買」



## 特力屋士林新概念店

特別設置120坪「居家實境空間與服務中心」  
及全台最大占地25坪的「手作DIY教室」



# 強化產品開發與設計能力

## 2014-2017國際設計獎項 International Design Award

2017再獲兩件德國iF國際設計獎



Arcadia Set 1



Chandler Set 1



Richmond Bar Set 1



Richmond Set Smoked glass with etching



MOMO Urban



# 貿易提供全方位服務

- 客戶服務中心
- 維修中心

- 競爭者產品分析
- 消費者市調

- 全球設計/研發中心網路
- 商品包裝設計
- 上海&深圳樣品間
- 超過300位專業採購人員

- 美國/歐洲物流中心
- 存貨管理系統
- 補貨服務

- 大中華區、東南亞及印度等地之供應商稽核
- 供應商認證的培訓
- 產前的品質審核

- 特力進出口許可
- 運輸和報關/清關服務

- 撿貨/包裝與備庫存
- 並櫃出貨
- 補貨服務

- 客戶資金管理
- 提供供應商預付款服務

- 大中華區、東南亞及印度等地品保與品控服務
- 產品測試中心





# 3Q2017合併資產負債表

(NT\$mn)	2017	2016		2017	2016
現金及約當現金	2,284	2,127	短期借款	3,722	6,128
透過損益按公允價值衡量之金融資產— 流動	612	2,733	應付商業本票	80	
無活絡市場之債券工具投資—流動	64	169	透過損益按公允價值衡量之金 融負債—流動	35	126
應收帳款及票據	3,688	2,760	應付帳款及票據	5,442	5,365
其他應收款	259	328	其他應付款	1,477	1,651
存貨	5,884	6,013	當期所得稅負債	99	212
預付款項	420	413	預收款項	549	556
其他金融資產—流動	27	29	一年內到期長期借款	750	1,150
其他流動資產	70	4	其他流動負債	50	79
<b>流動資產</b>	<b>13,308</b>	<b>14,576</b>	<b>流動負債</b>	<b>12,204</b>	<b>15,267</b>

# 3Q2017合併資產負債表

(NT\$mn)	2017	2016		2017	2016
以成本衡量之金融資產—非流動	83	94	長期借款	4,332	3,256
無活絡市場之債券工具投資—非流動	158	177	遞延所得稅負債	26	33
不動產廠房及設備	5,714	6,200	其他非流動負債	495	464
商譽及無形資產合計	2,573	2,569	非流動負債	4,853	3,753
遞延所得稅資產	1,328	1,257	<b>負債總額</b>	<b>17,058</b>	<b>19,020</b>
存出保證金	810	828			
其他非流動資產	582	723	股本	5,099	5,099
<b>非流動資產</b>	<b>11,248</b>	<b>11,848</b>	資本公積	648	673
			保留盈餘	1,882	1,774
			其他權益	(171)	(145)
			庫藏股票		
			母公司股東權益合計	7,458	7,401
			非控制權益	40	3
			<b>股東權益總額</b>	<b>7,498</b>	<b>7,404</b>
<b>資產總額</b>	<b>24,556</b>	<b>26,424</b>	<b>負債及股東權益總額</b>	<b>24,556</b>	<b>26,424</b>

---

THANKYOU

For Watching

---