
特力(2908:TT)
2018年第一季投資人報告資料

2018 June

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

蔡明錡(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.6343
Email: Jason.Tsai@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
● 2018 Q1 Snapshot	4
● 2018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

2018 Q1 Snapshot

2018 Q1 GROUP OVERVIEW

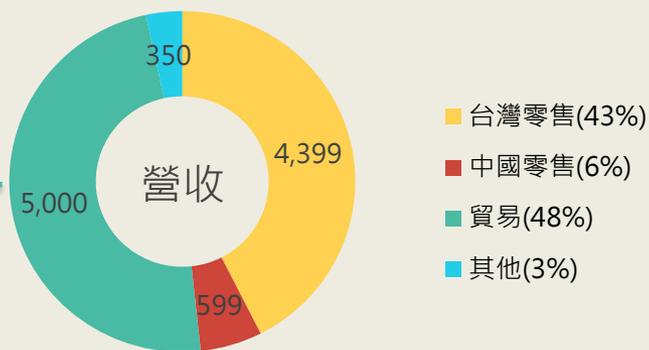
NT\$10,348 M
營業收入

NT\$2,773 M
營業毛利

NT\$298 M
營業淨利

NT\$312 M
稅後淨利

NT\$0.61
EPS



特力屋台灣
27 stores

和樂中國
26 stores

和樂台灣
24 stores

品牌代理
15 brands

零售合計銷售額
NT\$4,399 M

特力屋自有品牌佔比
15.9%

和樂台灣自有品牌佔比
33.8%

貿易總出貨量
NT\$8,751 M

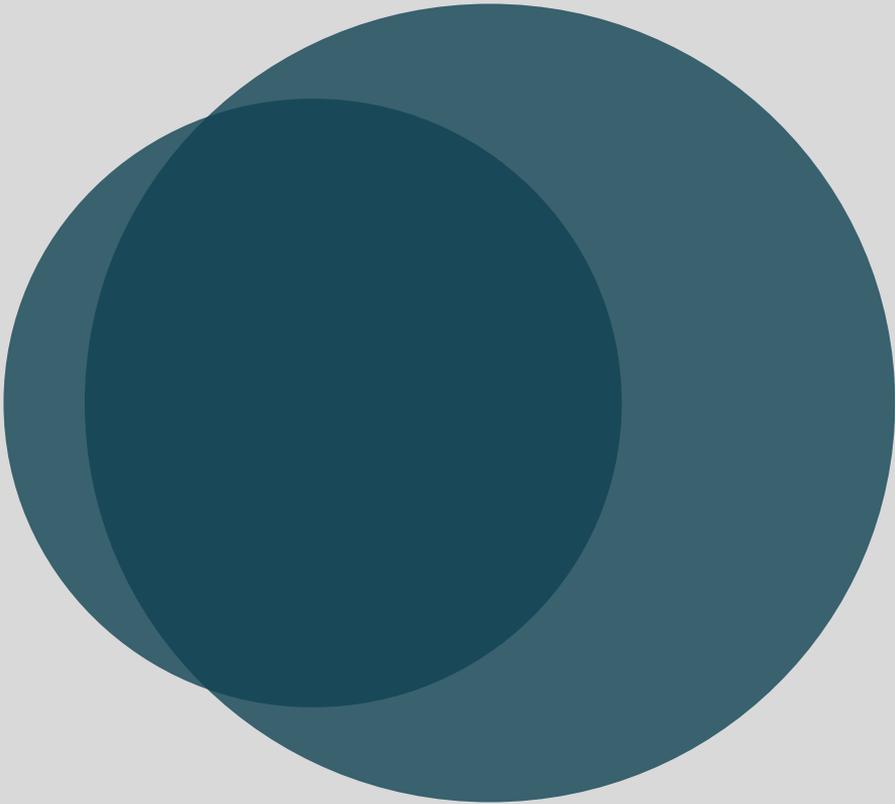
北美出貨佔比
84.5%

歐洲出貨佔比
10%

全球營運
11 國家/14 據點

物流中心
4 國家

全球員工總數
5,543 人



2018第一季 財務資訊摘要

2018第一季財務資訊摘要

營業收入(YoY)

1Q18: 6.5 %

1Q17: 0.8 %

毛利率

1Q18: 26.8%

1Q17: 30.2%

第一季營收增幅主要來自於貿易事業體成長，而貿易受到原物料上漲及新客戶毛利率較低影響，致集團整體毛利率下滑。

營業利益率

1Q18: 2.9%

1Q17: 4.1%

除毛利率影響外，第一季零售事業為提振業績加大行銷廣告投資，仍難抗大環境的營收下滑，致營業利益率降去年第一季下滑。

(新台幣/百萬元)	1Q18	1Q17	年增(減)率%
營業收入	10,348	9,717	6.5%
營業成本	(7,575)	(6,780)	11.7%
營業毛利	2,773	2,937	-5.6%
營業費用	(2,475)	(2,530)	-2.6%
營業利益	298	407	-26.8%
營業外收(支)	(40)	(25)	165.3%
稅前淨利	258	382	-32.6%
本期淨利	312	307	1.6%
其他綜合淨利	18	(105)	NA
本期綜合淨利	330	202	63.3%
淨利歸屬於本公司業主	309	307	0.7%
(新台幣/元)			
基本每股盈餘	0.61	0.60	1.1%
稀釋每股盈餘	0.61	0.60	1.1%
毛利率	26.8%	30.2%	-3.4%
營業利益率	2.9%	4.1%	-1.2%
稅前淨利率	2.5%	3.9%	-1.4%
稅後淨利率	3.0%	3.2%	-0.1%

2018第一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致營收下滑。
- 和樂中國則因關閉虧損實體店面，縮減營運規模。

各事業體稅後淨利率

- 貿易獲利減少主要受原物料價格上漲、新客戶毛利率較低影響。
- 台灣零售毛利率持平，但第一季加大行銷廣告投資刺激買氣，仍難抗大環境的營收下滑，致獲利較去年減少17.8%。
- 和樂中國在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，第一季虧損幅度較去年縮小15.9%。

各事業體合併營收 (新台幣/百萬元)	1Q18	1Q17	年增(減)率%
台灣零售事業▲	4,399	4,447	-1.1%
和樂中國^	599	752	-20.3%
特力貿易®	5,000	4,302	16.2%
其他#	350	216	62.0%
集團合併營業收入	10,348	9,717	6.5%
各事業體稅後淨利 (新台幣/百萬元)	1Q18	1Q17	年增(減)率%
台灣零售事業▲	194	236	-17.8%
和樂中國^	(58)	(69)	-15.9%
特力貿易®	201	197	2.0%
其他#	(25)	(57)	-56.1%
集團合併稅後淨利	312	307	1.6%

®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。

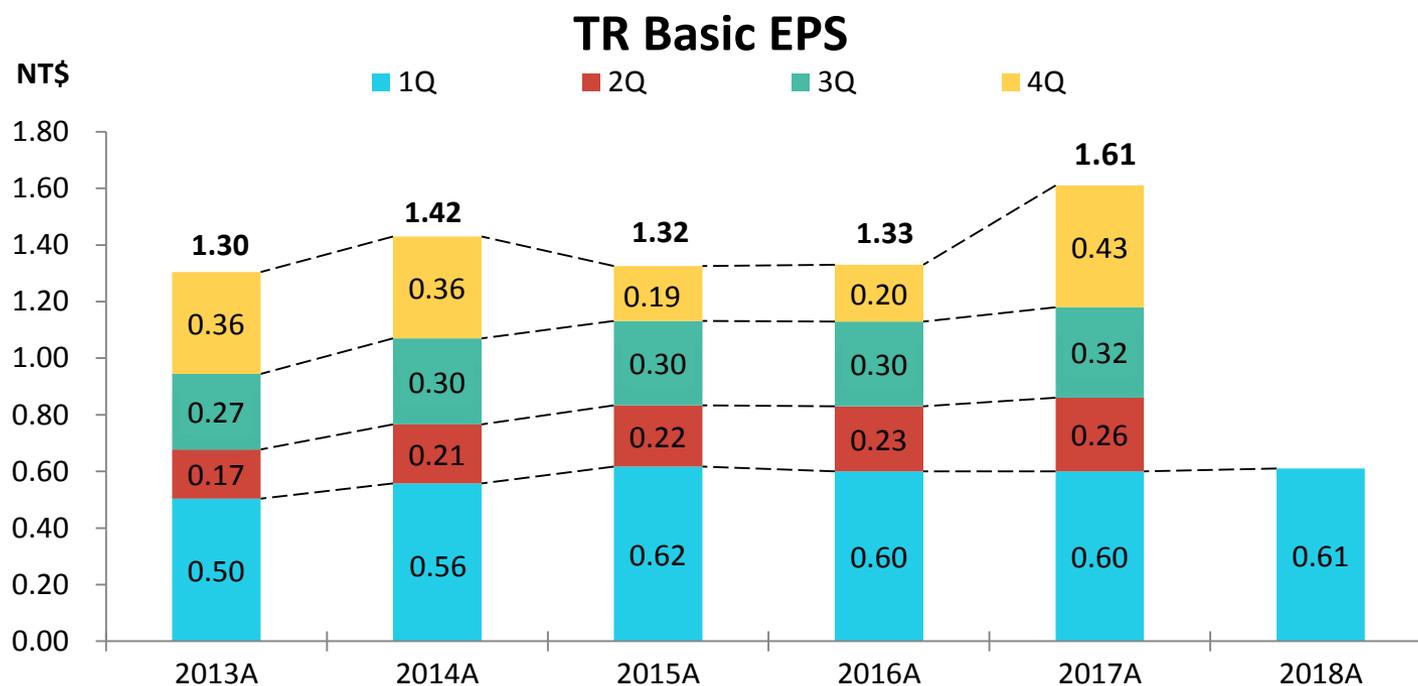
▲台灣零售事業營收包含特力屋、特力家居、和樂台灣及特力屋室內裝修設計(股)、特家、特力恩瑞

^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\$	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A
Cash dividend	1.00	1.13	0.95	1.08	1.2
Payout rate	76.9%	79.6%	72.0%	81.2%	74.5%
Tax Deductable	20.48%	20.48%	20.48%	20.48%	-



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

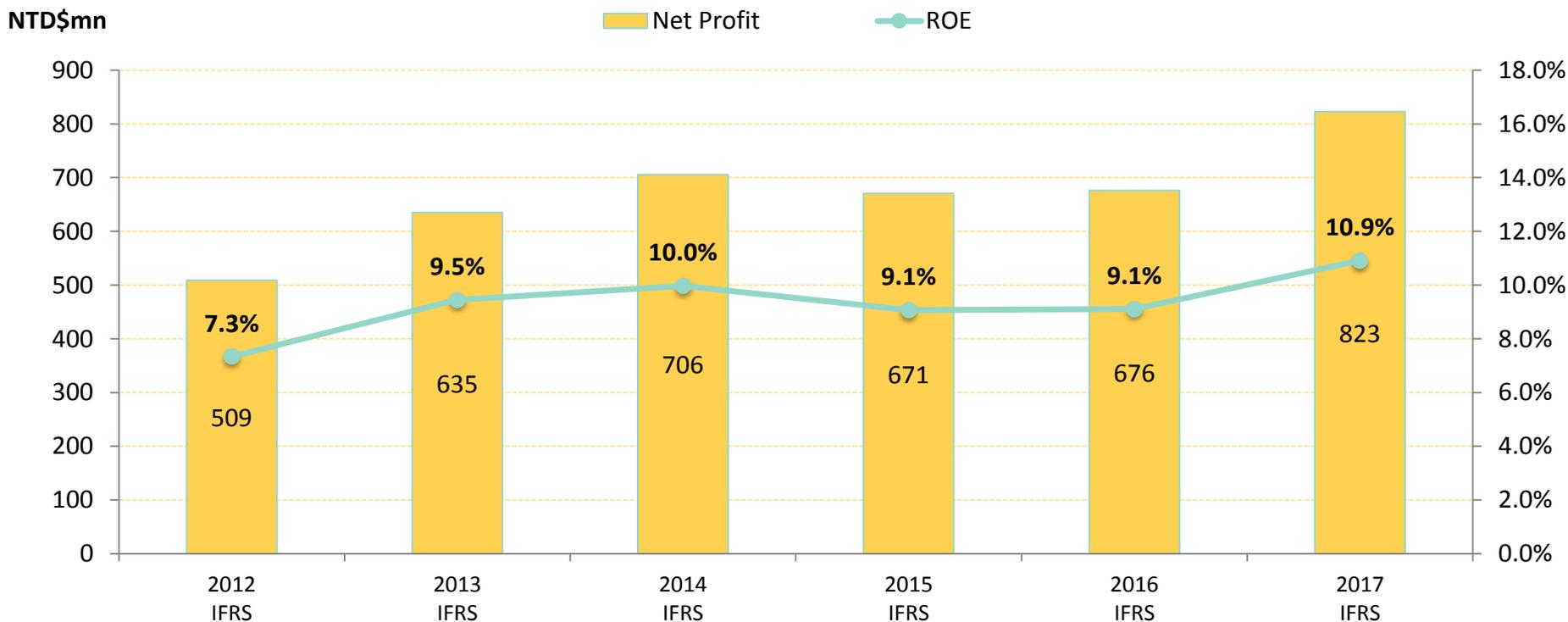
近五年股東權益報酬率(ROE)穩定介於9-11%

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



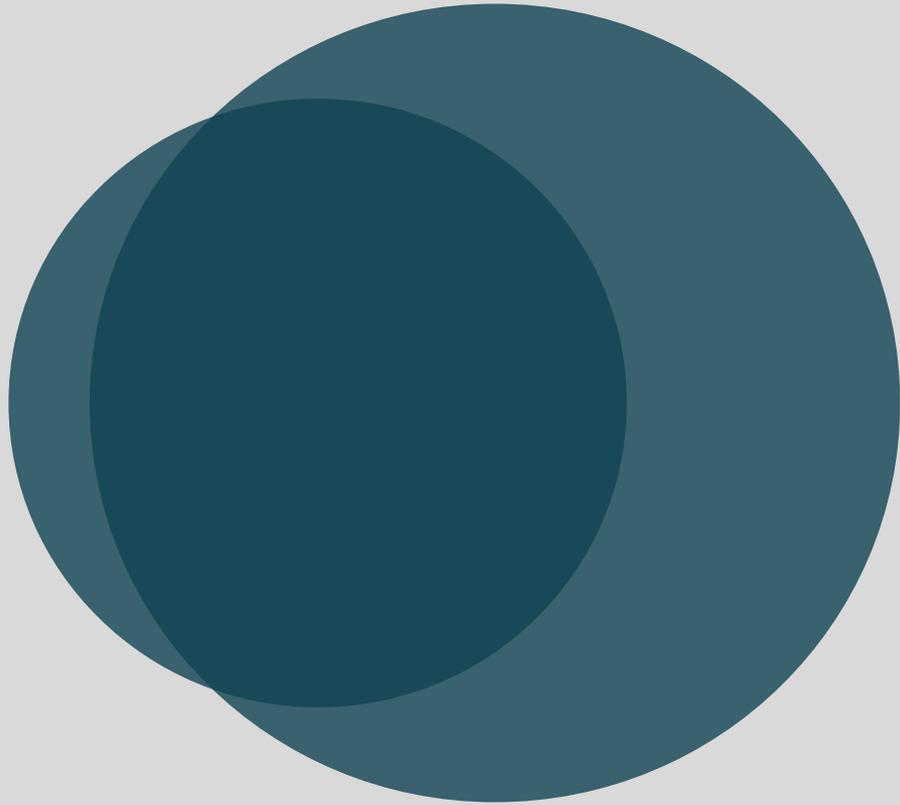
2018年展望

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) 與供應商發展更深與更廣的之策略合作，並強化供應鏈關係。
- 4) 強化Global Sourcing能力。
- 5) 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。
- 6) 強化自行開發設計能力，轉型為產品公司。
- 7) 持續維持現有貿易 (含採購代理) 客戶的關係，並積極爭取採購代理業務潛在的服務對象及機會。
- 8) 尋求貿易與零售業務之併購機會，以達成並額外增進現有業務之有機增長。

零售事業

- 1) 台灣：將致力於體驗式行銷，繼特力屋士林店後，陸續將既有門店改裝為新概念之體驗型門店。
- 2) 中國：在汰弱留強後，致力於提高現存門店之營運效率，扭轉虧損。
- 3) 在台灣整合之「特力家購物網」上線後，全力拓展電子商務業務，中國則持續增加電子商務平台的商品。
- 4) 持續整合及優化POS系統，打破線上線下界線，達到在商品、支付、會員、促銷等面向線上線下之全通。
- 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，並與建商合作推動產品銷售。
- 6) 品牌代理事業將深耕既有品牌，提升知名度與消費者認同，做為未來成長之基礎。
- 7) 持續提高特力屋與和樂自有品牌之銷售比例，提高毛利率。



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一步發展。



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臺灣總經理一職，擁有25年IBM從業經驗。

大事紀



集團架構

特力零售事業 (2018 Q1 合併營收:~新台幣44億元)

家居家飾	HOLA特力和樂 Taiwan(24) China(26)
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(25)、HOLA Petite(5) WEDGWOOD(14)、FRETTE(5)、Zucchi(3)、ELLE (2)
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 (2018 Q1 合併營收:~新台幣50億元)



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

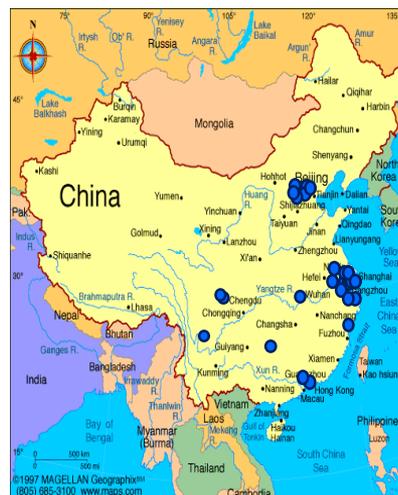
物流/倉儲服務

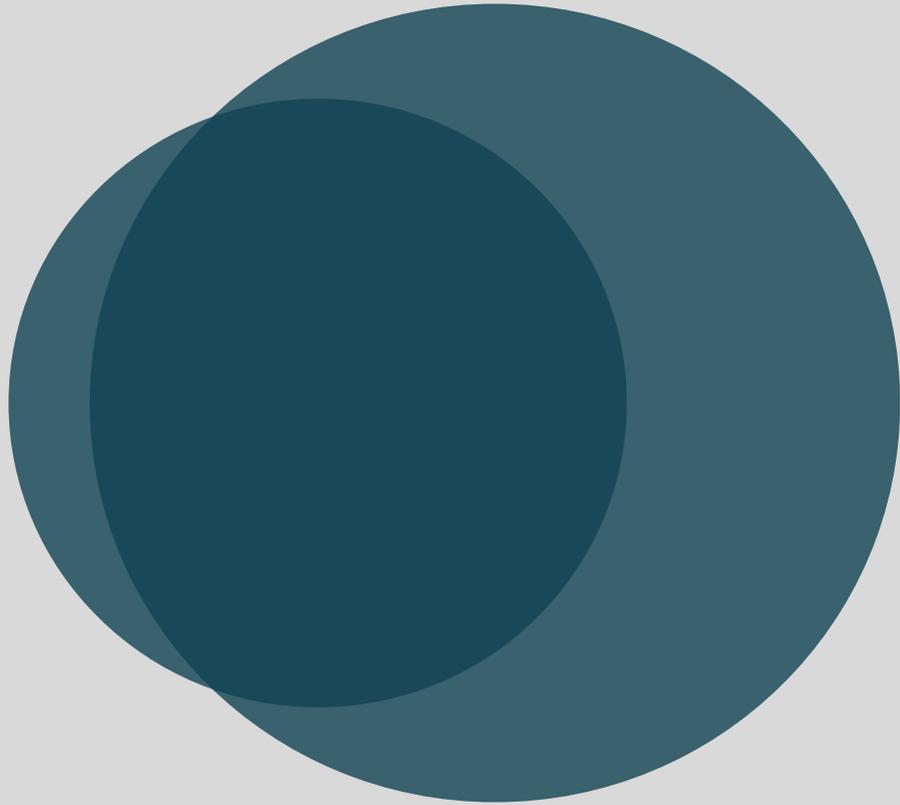
中國大陸台灣、美國、歐洲

Note: store numbers updated as on March 31st, 2018

以「家」為中心的產業佈局

Store #	2012A	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A	1Q2018
TLW	24	26	26	26	27	27	27
HOLA TW	21	22	23	25	25	25	24
HOLA CN	31	33	35	38	33	26	26
Avg. selling space(m ²)	2012A	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A	1Q2018
TLW	3,696	3,541	3,541	3,410	3,727	3,634	3,634
HOLA TW	2,466	2,414	2,311	2,179	2,218	2,110	2,198
HOLA CN	2,054	1,904	1,906	1,867	1,881	1,927	1,851





零售事業

全方位居家修繕及服務

特力屋2017年榮獲服務業奧斯卡獎之稱的 《遠見》五星服務獎

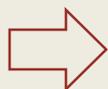
憑藉門市第一線同仁用心滿足顧客需求，貼心專業的服務品質讓特力屋首度勇奪居家生活類首獎🏆未來將持續以客戶為中心提供更細緻的服務，帶給消費者絕佳體驗



強化自有品牌銷售提昇毛利

1Q2018

特力屋佔比 15.9%
HOLA佔比 33.8%



中期目標

特力屋-達到 15%
HOLA-達到 40%

長期目標

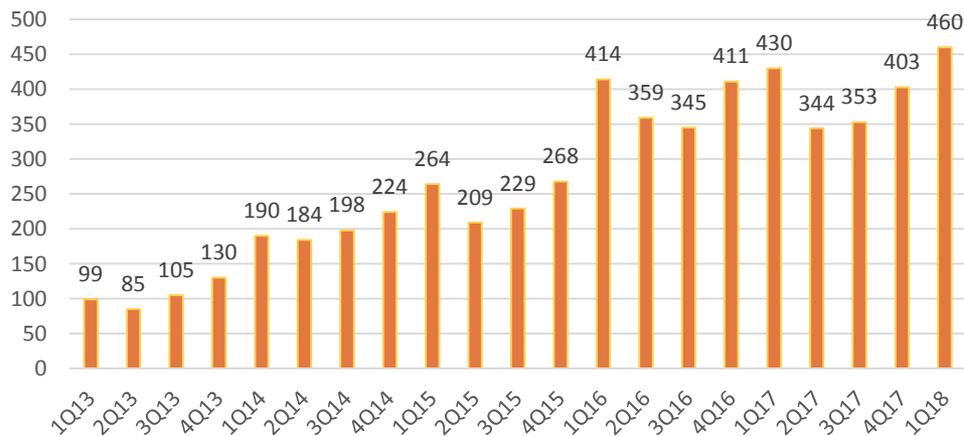
特力屋-達到 30%
HOLA-達到 50%

- 兩岸聯合採購降低成本
- 強化品牌設計成為潮流引領者



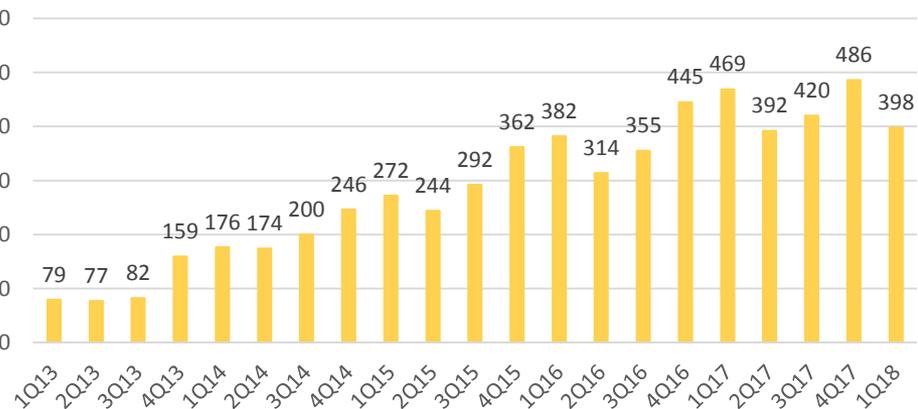
NT\$m

TLW自有品牌銷售(單季)



NT\$m

HOLA自有品牌銷售(單季)



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年售出 **7萬8千支** / 全年業績 **1.5億元**

已推出不鏽鋼鍋、不沾鍋以及琺瑯鑄鐵鍋等系列產品



HOLA 投注心力開發高品質鍋具：堅持採用精選材質，以嚴格工藝及創新科技打造滿足各式烹調需求的系列產品。我們在乎每個細節的設計與品管，全系列鍋具皆通過國家食品器具容器衛生標準，為您的食用安全嚴格把關。
HOLA 讓烹飪成為安心、實用、時尚的享受。

新推出自有品牌－鍋具產品線

HOLA獨家設計的經典之作- 鑄釜鍋，洞察消費者需求，在市場中以一枝獨秀之姿脫穎而出，獨家內蓋及鍋身設計兼具美學與實用功能，一鍋兩菜輕鬆上桌，**榮獲德國「2018年度紅點設計大獎」殊榮**



Omni-Channel全通路結合

1Q2018

- 特力屋電商銷售佔比 4.8%
銷售金額YOY +37.7%
- HOLA電商銷售佔比 3.7%
銷售金額YOY +43.4%

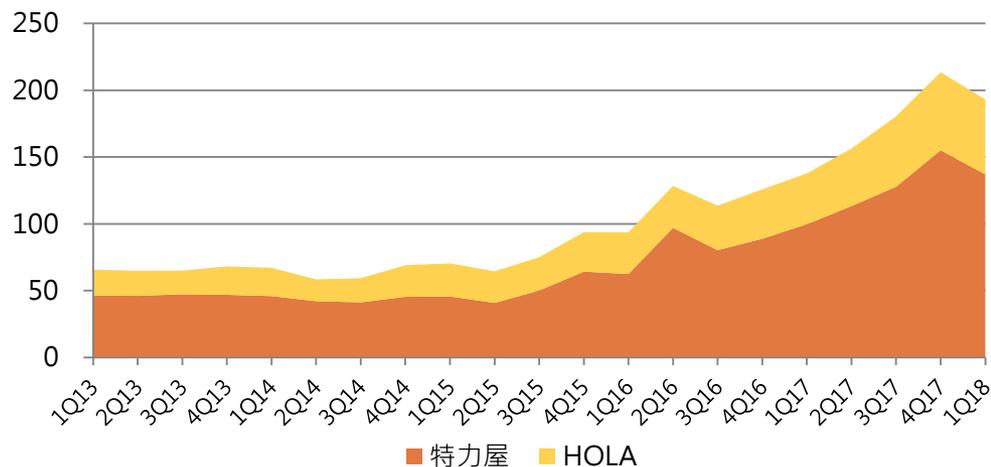


2018年目標

- 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

NT\$m

電商線上銷售(單季)



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

註: 不含線上發放於實體店使用之折價券業績

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

 回首頁 只有今天! 全站88折

[VR展示](#) [據點查詢](#) [線上型錄](#)

特力+

全站88折、家電淨水92折



 我的帳戶  0

特力屋 HOLA

全站88 國際名品 傢俱 層架收納 寢具傢飾 居家日用 餐廚用品 美食飲品 家電淨水 廚具衛浴 燈具 工具建材 運動休閒

Crate  特力家購物網



2018/3/23-4/25

春夏新品上市

年中慶暖身
全站88折

—— 線上獨賣 ——
家電淨水**92折**

打造生活舒適圈 >

年中慶暖身
只有今天! 全站88折

年中慶暖身
線上獨賣、家電淨水92折

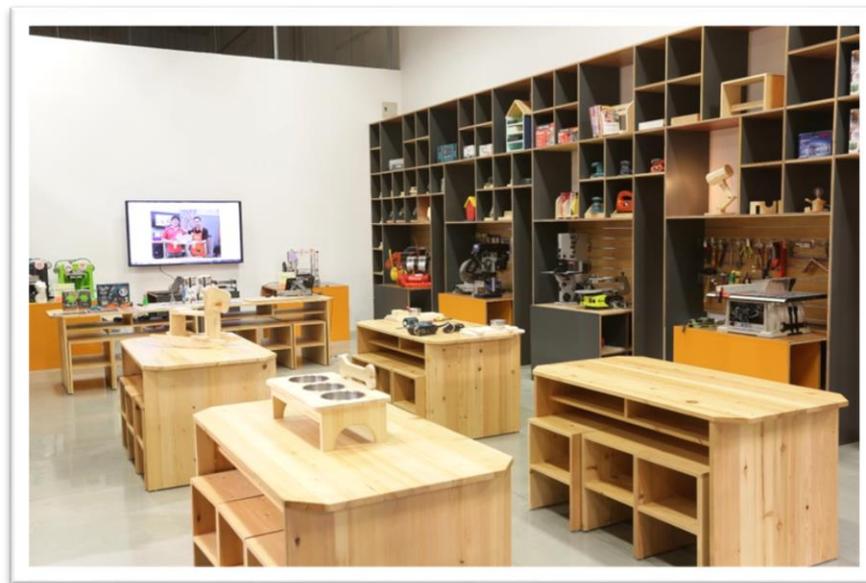
年中慶暖身
節能補助最高現賺1萬2

特力屋2.0 - 體驗先「玩」再「買」



特力屋手創空間

士林店特別設置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
另有桃園南崁、台中西屯、高雄左營共四個據點



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，推出台灣第一個 **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

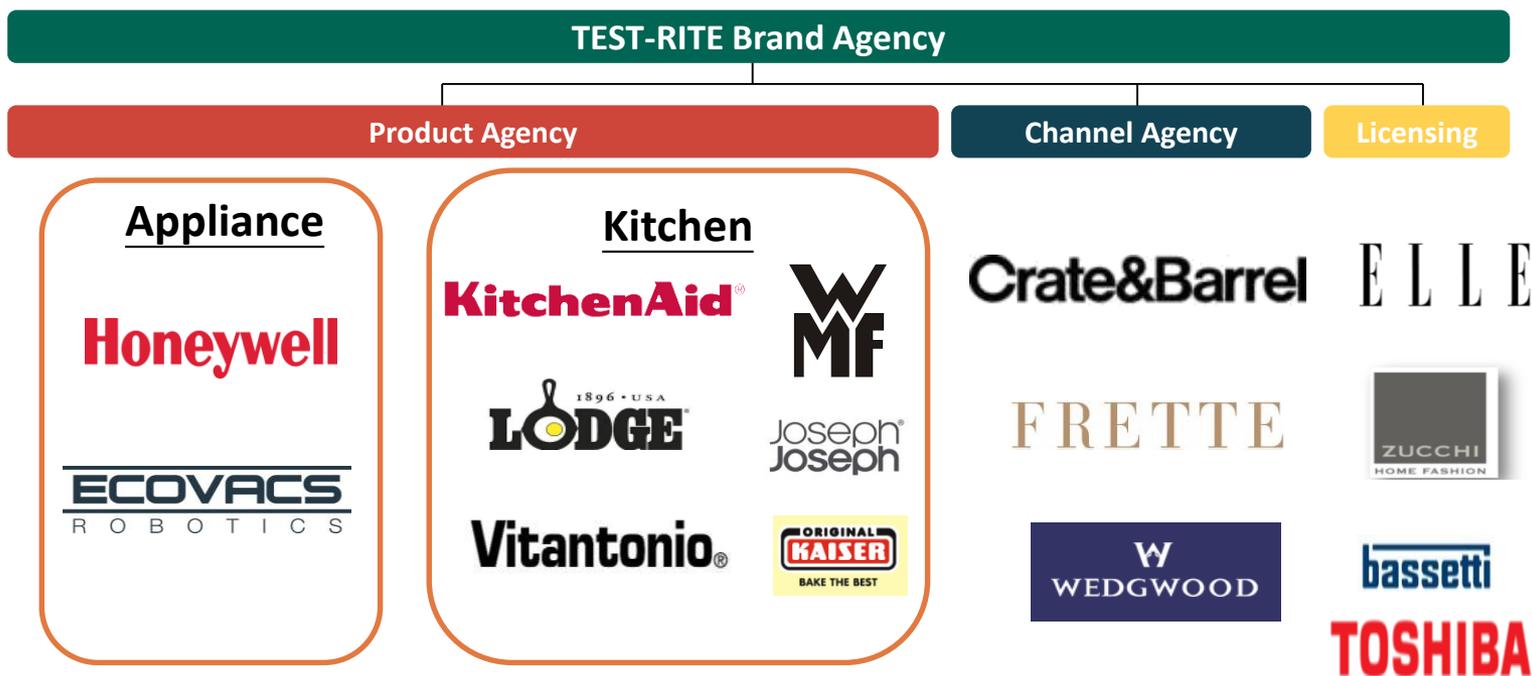
1Q2018

代理品牌數量總計15家



2018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

1Q2018

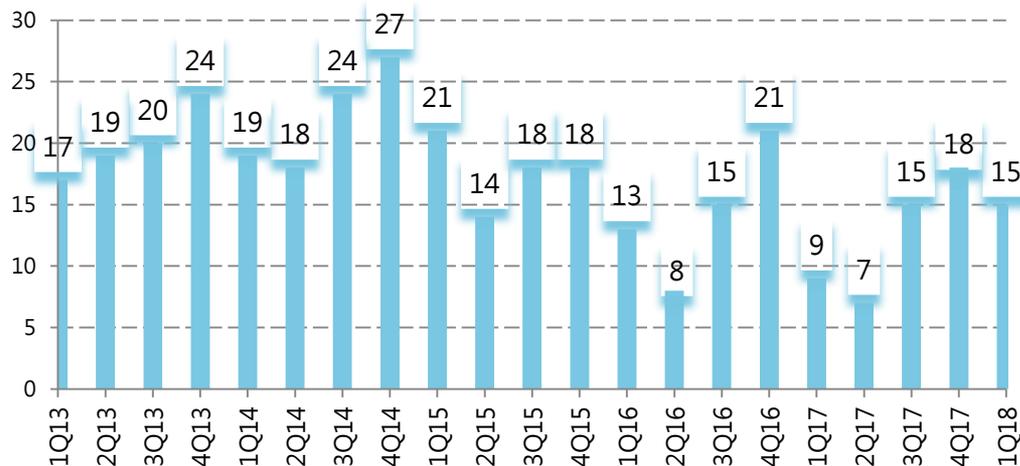
- 自有品牌銷售佔比 14.4%
- 自營佔比 51%
- 電商銷售佔比 0.15%



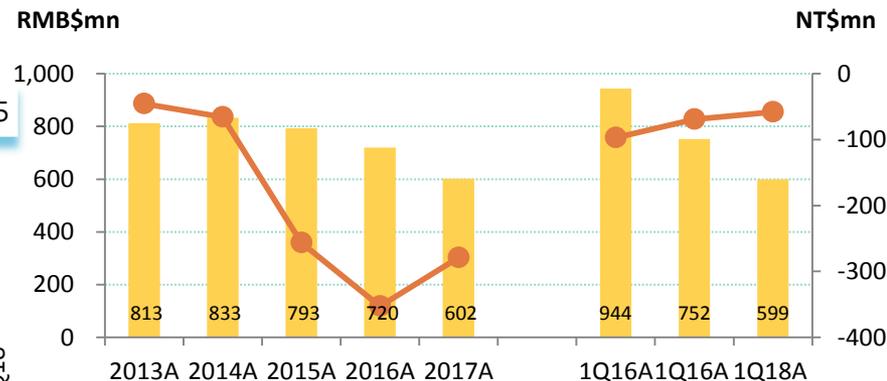
2018年目標

- 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
- 策略合作夥伴

HOLA CN Breakeven store numbers



HOLA CN Net Sales & Profit



HOLA CHINA 新型態概念體驗店

透過 **加強互動體驗** 及 **提升自有品牌商品**

2017年12月8日，和樂中國迎戰新零售，改裝並推出上海長泰新概念體驗店，突破原有陳列方式，營造出通透開放、視野闊達、環境優美的舒適購物環境，讓體驗感無處不在，盡享回家的感覺。

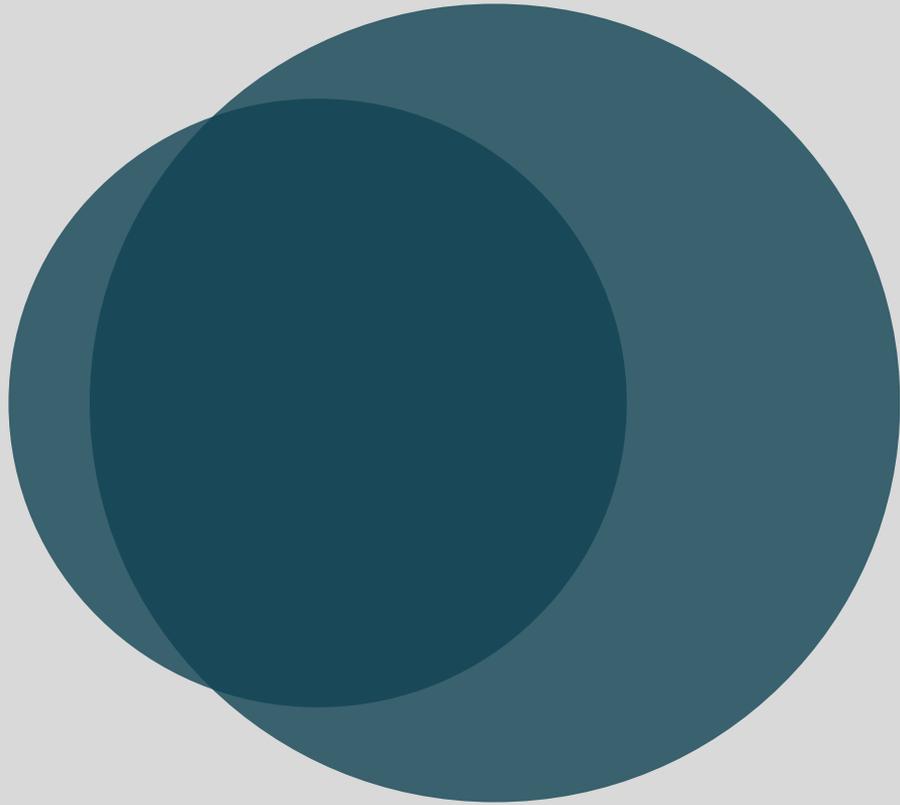


HOLA CHINA-蘇寧易購 跨業合作

2018年2月2日首次攜手 **蘇寧易購**，入駐蘇寧南京新街口店

- 面積約300平方米
- 人+貨+場的多維角度互動，顧問式銷售
- 商品面著重深耕主力品類及自有品牌
- 預計上半年將合作開出10-15家店





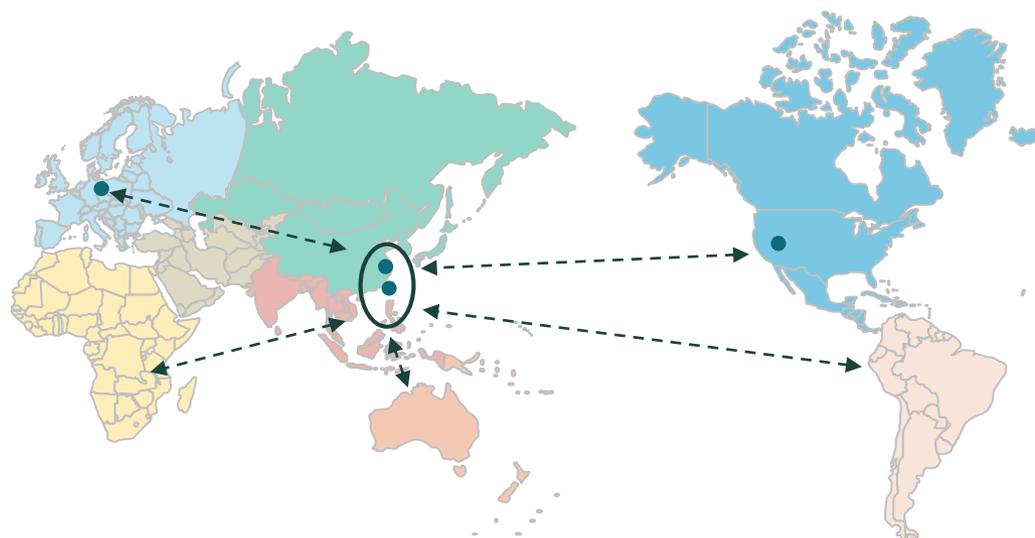
貿易事業

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

1Q2018

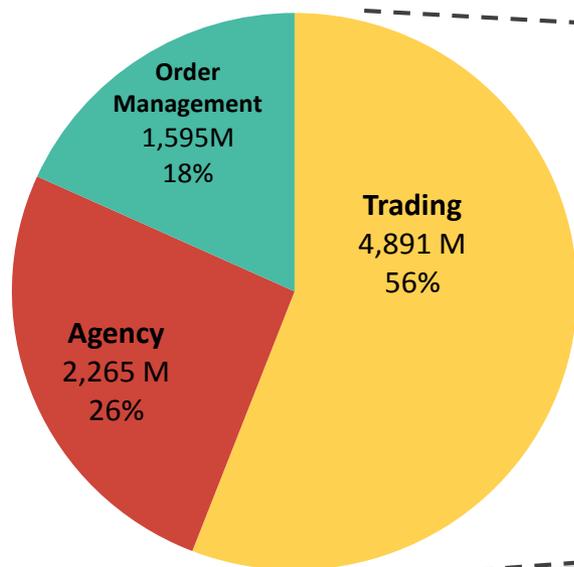
- 北美市場仍為成長最快速的區域。
- 表現較佳為Hardline手工工具產品線，Seasonal 季節性產品主要係出貨遞延故比重較去年降低。



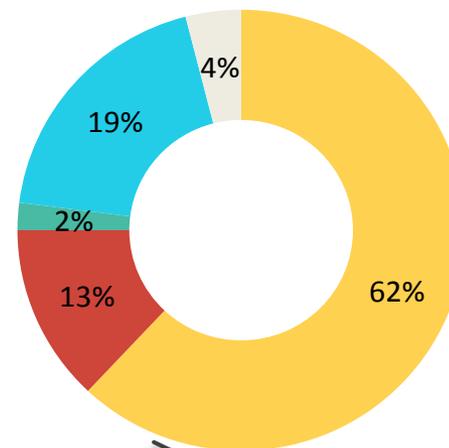
2018年目標

- 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Q1出貨量NT\$8,751 M



Q1出貨量
年增21.6 %YoY



Trading by Category

- Hardline
- House Ware
- Seasonal
- Electrical
- Others

出貨量快速成長

1Q2018

- 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一季維持高成長，出貨金額成長29.4%，達新台幣39億元



2018年目標

- 傳統貿易可望持續成長
- 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，出貨量續創新高

合併出貨金額(新台幣/仟元)	2018*	2017*	年增(減)率%
傳統貿易第一季出貨金額	4,891,017	4,210,628	16.2%
採購代理第一季出貨金額	3,859,894	2,983,816	29.4%
- 一般採購代理出貨	2,264,709	1,837,706	23.2%
- 訂單管理出貨	1,595,185	1,146,110	39.2%
第一季總出貨金額	8,750,911	7,194,444	21.6%

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

- 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

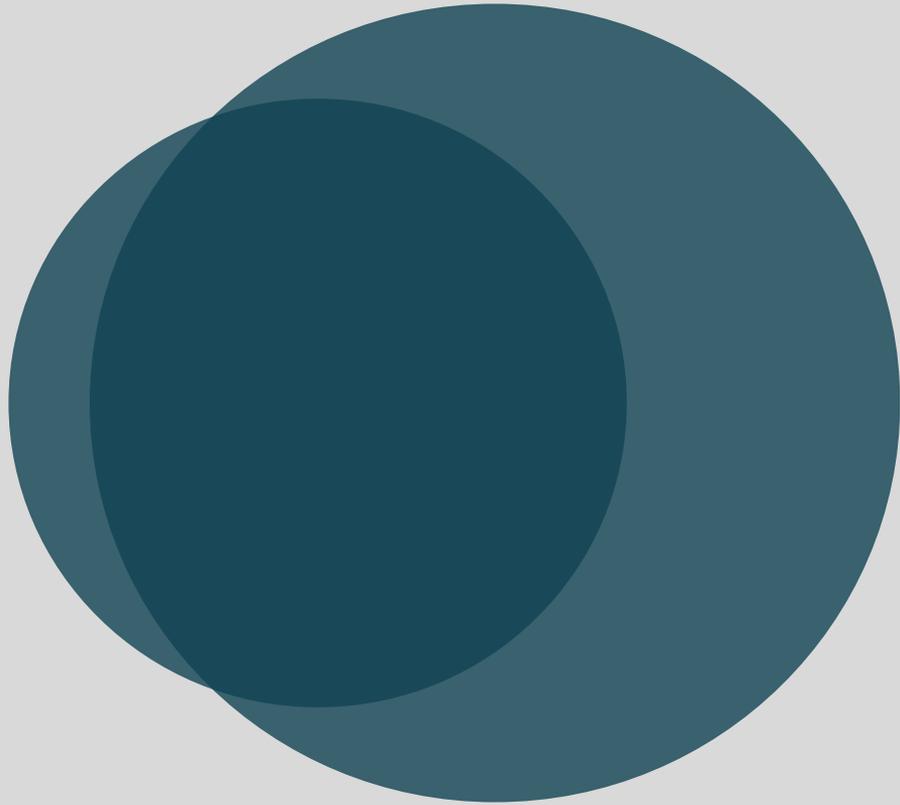
- 特力進出口許可
- 運輸和報關/清關服務

- 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





附錄

2018 Q1合併資產負債表

(NT\$m)	2018	2017		2018	2017
現金及約當現金	4,099	2,647	短期借款	3,813	4,746
透過損益按公允價值衡量之金融資產— 流動	376	735	應付短期票券	80	
合約資產-流動	285		透過損益按公允價值衡量之金融 負債-流動	33	48
按攤銷後成本衡量之金融資產-流動	64		合約負債-流動	108	
無活絡市場之債券工具投資—流動		150	應付帳款及票據	6,031	5,752
應收帳款及票據	3,707	3,172	其他應付款	1,356	1,359
其他應收款	219	282	當期所得稅負債	189	299
存貨	5,366	6,119	預收款項	531	496
預付款項	304	352	一年內到期長期借款	1,025	750
其他金融資產—流動	21	20	其他流動負債	93	90
其他流動資產	40	3			
流動資產	14,481	13,480	流動負債	13,259	13,540

2018 Q1合併資產負債表(續)

(NT\$m)	2017	2016		2017	2016
透過其他綜合損益按公允價值衡量之 金融資產 - 非流動	58		長期借款	4,243	3,233
以成本衡量之金融資產-非流動		94	遞延所得稅負債	15	32
無活絡市場之債券工具投資-非流動		99			
按攤銷後成本衡量之金融資產-非流動	115				
不動產廠房及設備	6,045	6,057	其他非流動負債	432	476
商譽及無形資產合計	2,620	2,565	非流動負債	4,690	3,741
遞延所得稅資產	1,267	1,279	負債總額	17,949	17,281
存出保證金	804	792			
其他非流動資產	542	530	股本	5,099	5,099
非流動資產	11,451	11,416	資本公積	648	673
			保留盈餘	2,373	2,114
			其他權益	(188)	(271)
			庫藏股票		
			母公司股東權益合計	7,932	7,615
			非控制權益	51	0
			股東權益總額	7,983	7,615
資產總額	25,932	24,896	負債及股東權益總額	25,932	24,896

THANK YOU

For Watching
