
特力(2908:TT)
2018年第二季投資人報告資料

2018 August

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
● 2018 Q2 Snapshot	4
● 2018年第二季財務資訊摘要	5
● 集團介紹	12
● 零售事業	17
● 貿易事業	30
● 附錄	37

2018 Q2 Snapshot

2018 Q2 GROUP OVERVIEW

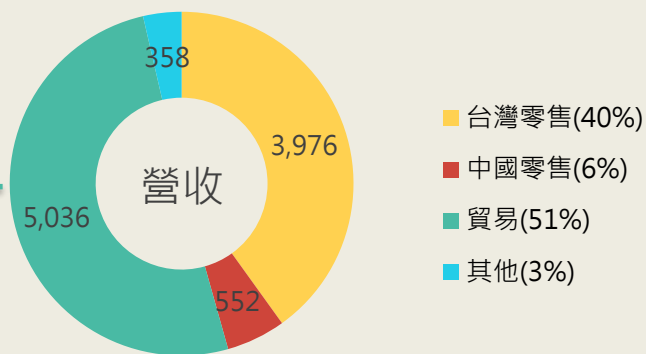
NT\$9,921 M
營業收入

NT\$2,512 M
營業毛利

NT\$121 M
營業淨利

NT\$134 M
稅後淨利

NT\$0.26
EPS



特力屋台灣
27 stores

和樂中國
26 stores

和樂台灣
26 stores

品牌代理
15 brands

零售合計銷售額
NT\$4,528 M

特力屋自有品牌佔比
13.5%

和樂台灣自有品牌佔比
30.3%

貿易總出貨量
NT\$8,591 M

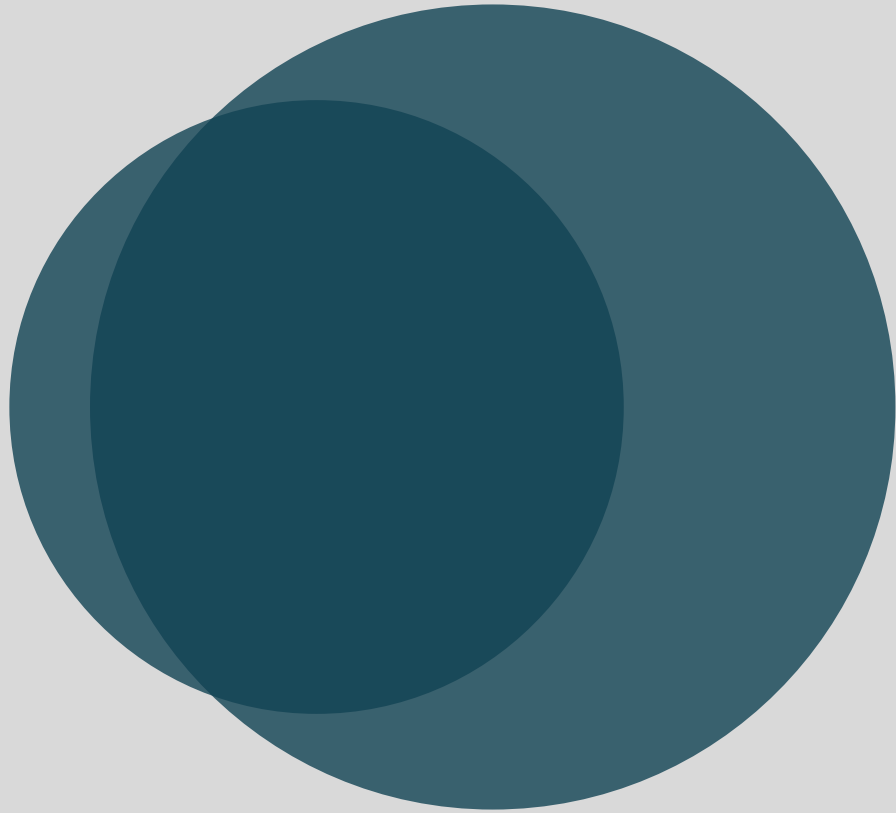
北美出貨佔比
84.5%

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
5,425 人



2018第二季 財務資訊摘要

2018第二季財務資訊摘要

營業收入(YoY)

2Q18: 6.9 %

2Q17: 5.9 %

毛利率

2Q18: 25.3%

2Q17: 28.7%

集團毛利率因貿易受到原物料上漲，及零售事業調整採購策略，故較去年同期下滑。

營業利益率

2Q18: 1.2%

2Q17: 2.2%

受毛利率下降之影響，致營業利益率較去年同期下降。

(新台幣/百萬元)	2Q18	2Q17	年增(減)率%	FY2018	FY2015	年增(減)率%
營業收入	9,921	9,278	6.9%	20,269	18,995	6.7%
營業成本	(7,409)	(6,611)	12.1%	(14,984)	(13,391)	11.9%
營業毛利	2,512	2,667	-5.8%	5,284	5,604	-5.7%
營業費用	(2,391)	(2,473)	-2.9%	(4,866)	(5,002)	-2.7%
營業利益	121	194	-40.9%	419	602	-30.4%
營業外收(支)	42	(46)	NA	1	(71)	NA
稅前淨利	162	148	9.4%	420	531	-20.9%
本期淨利	138	132	4.2%	450	440	2.4%
其他綜合淨利	6	66	-90.9%	24	(39)	-161.5%
本期綜合淨利	144	198	-27.5%	474	401	18.4%
淨利歸屬於本公司業主	134	132	1.2%	443	440	0.8%
(新台幣;元)						
基本每股盈餘	0.26	0.26	0.0%	0.87	0.86	1.6%
稀釋每股盈餘	0.26	0.26	0.0%	0.87	0.86	1.6%
毛利率	25.3%	28.7%	-3.4%	26.1%	29.5%	-3.4%
營業利益率	1.2%	2.2%	-1.0%	2.1%	3.2%	-1.1%
稅前淨利率	1.6%	1.6%	0.0%	2.1%	2.8%	-0.7%
稅後淨利率	1.4%	1.4%	-0.1%	2.2%	2.3%	-0.1%

2018第二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。
- 台灣零售毛利率因受調整採購策略之影響，較去年同期減少。
- 和樂中國因受到第二季閉店費用及與蘇寧合作展店二筆費用之影響，若扣除此二筆一次性費用，則單季虧損實際上較去年同期減少。

各事業體合併營收 (新台幣/百萬元)	2Q18	2Q17	年增(減)率%	FY2018	FY2017	年增(減)率%
台灣零售事業▲	3,976	4,060	-2.1%	8,375	8,507	-1.6%
和樂中國^	552	627	-12.0%	1,151	1,380	-16.6%
特力貿易®	5,036	4,347	15.8%	10,036	8,649	16.0%
其他#	358	243	47.3%	707	459	54.0%
集團合併營業收入	9,921	9,277	6.9%	20,269	18,995	6.7%
各事業體稅後淨利 (新台幣/百萬元)	2Q18	2Q17	年增(減)率%	FY2018	FY2017	年增(減)率%
台灣零售事業▲	16	87	-81.0%	224	336	-33.3%
和樂中國^	(110)	(84)	32.1%	(168)	(153)	10.2%
特力貿易®	228	145	57.7%	433	346	25.2%
其他#	(0)	(15)	-98.2%	(46)	(89)	-48.5%
集團合併稅後淨利	134	132	1.2%	443	440	0.8%

®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。

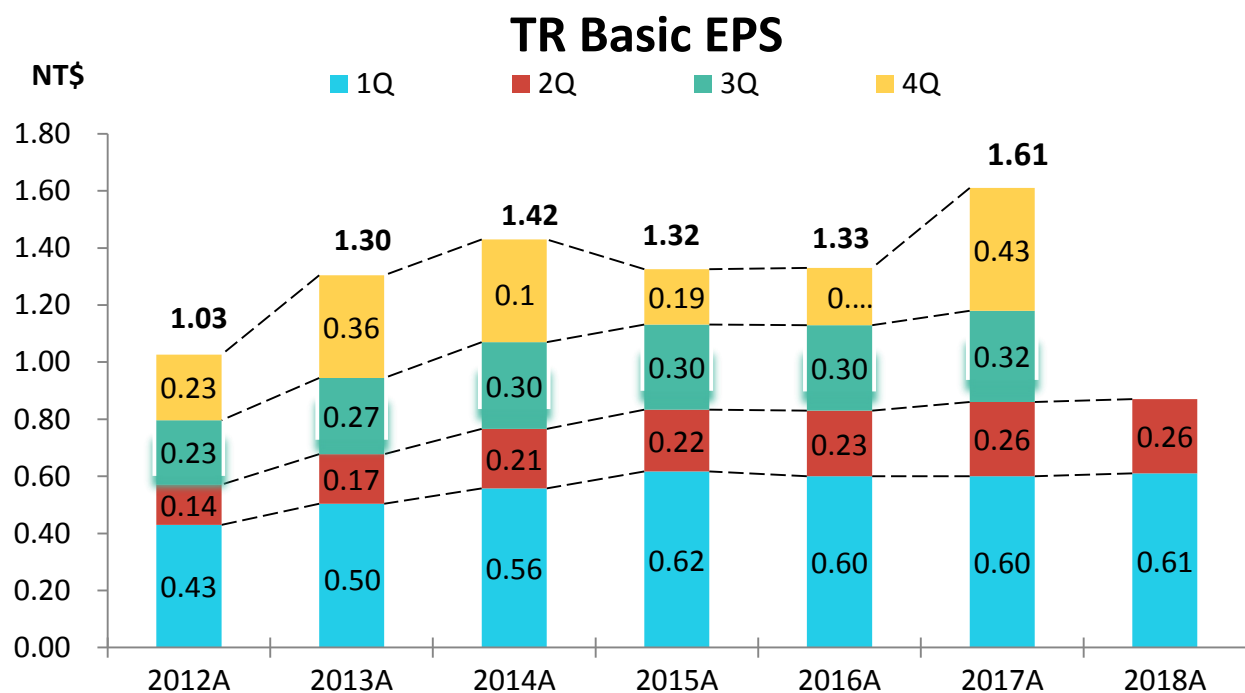
▲台灣零售事業營收包含特力屋、特力家居、和樂台灣及特力屋室內裝修設計(股)、特家、特力恩瑞

^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。

Stable Cash Div. and Div. Yield

NT\$	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A
Cash dividend	1.00	1.13	0.95	1.08	1.20
Payout rate	76.9%	79.6%	72.0%	81.2%	74.5%
Dividend yield	4.42%	5.33%	4.63%	5.49%	5.60%



長期投資價值-屹立台灣百大服務業30年



二九八九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

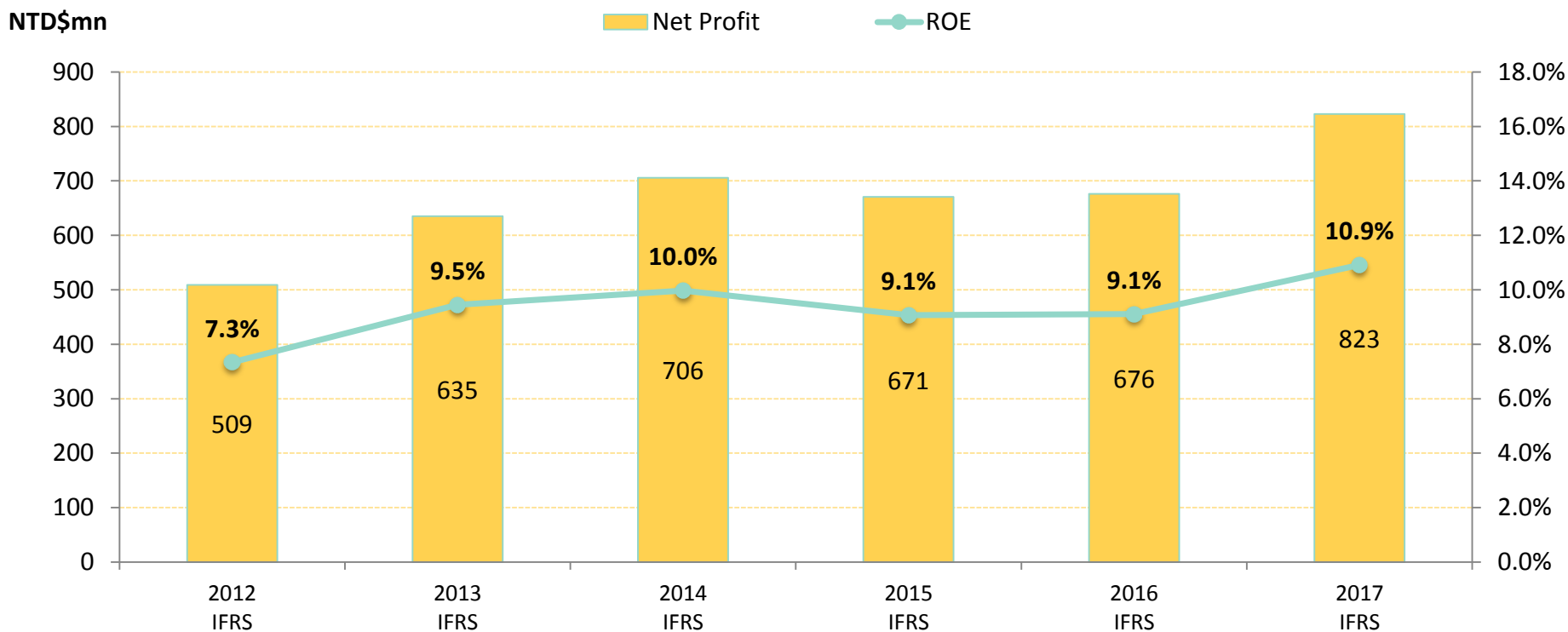
近五年股東權益報酬率(ROE)穩定介於9-11%

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



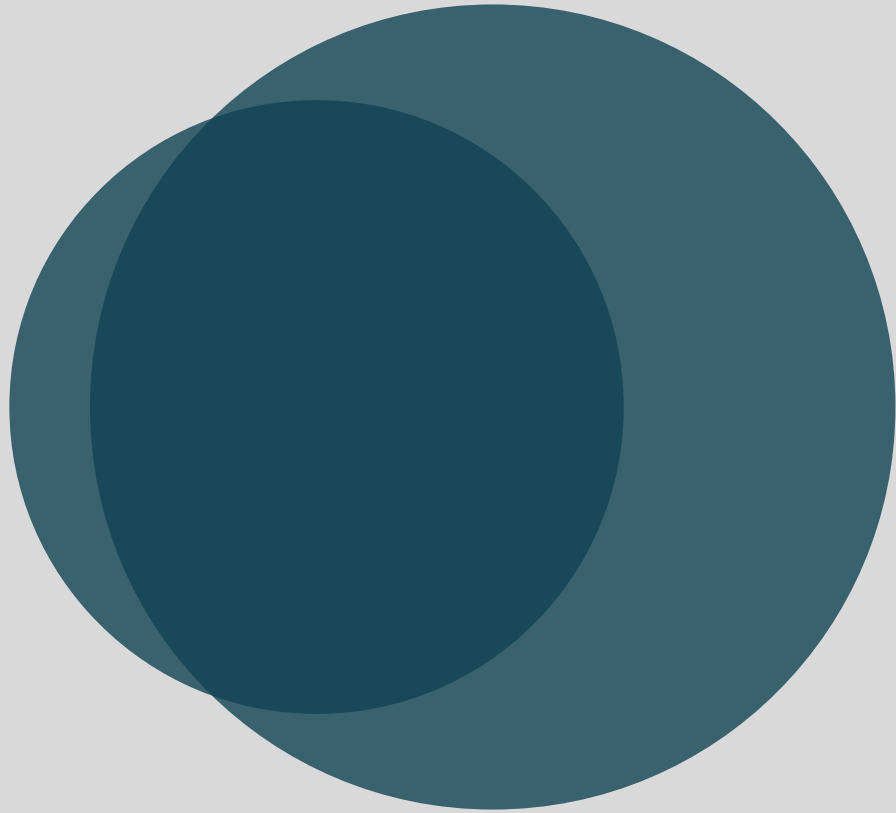
2018年展望

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，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臺灣總經理二職，擁有25年IBM從業經驗。

大事紀



集團架構

特力零售事業 (2018 Q2 合併營收:~新台幣45.3億元)

家居家飾	HOLA特力和樂 Taiwan(26) 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(29)、HOLA Petite(5) WEDGWOOD(14)、FRETTE(5)、Zucchi+ELLE(4)
全方位居家 整合服務	DÉCOR House
品牌代理	Crate & Barrel(2)

市場布局

台灣

中國

特力貿易事業群 (2018 Q2 合併營收:~新台幣50.4億元)

五金工具

手工具、電動工具、五金配件、
汽車用品、汽車配件

起居用品

家用電器、家用燈飾、家廚用品、
家飾用品、聖誕飾品

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

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

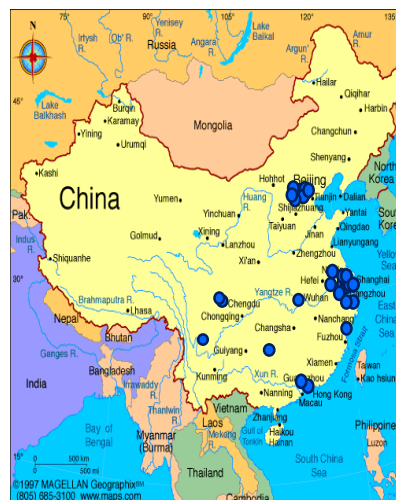
物流/倉儲服務

中國大陸台灣、美國、歐洲

Note: store numbers updated as on June 30th, 2018

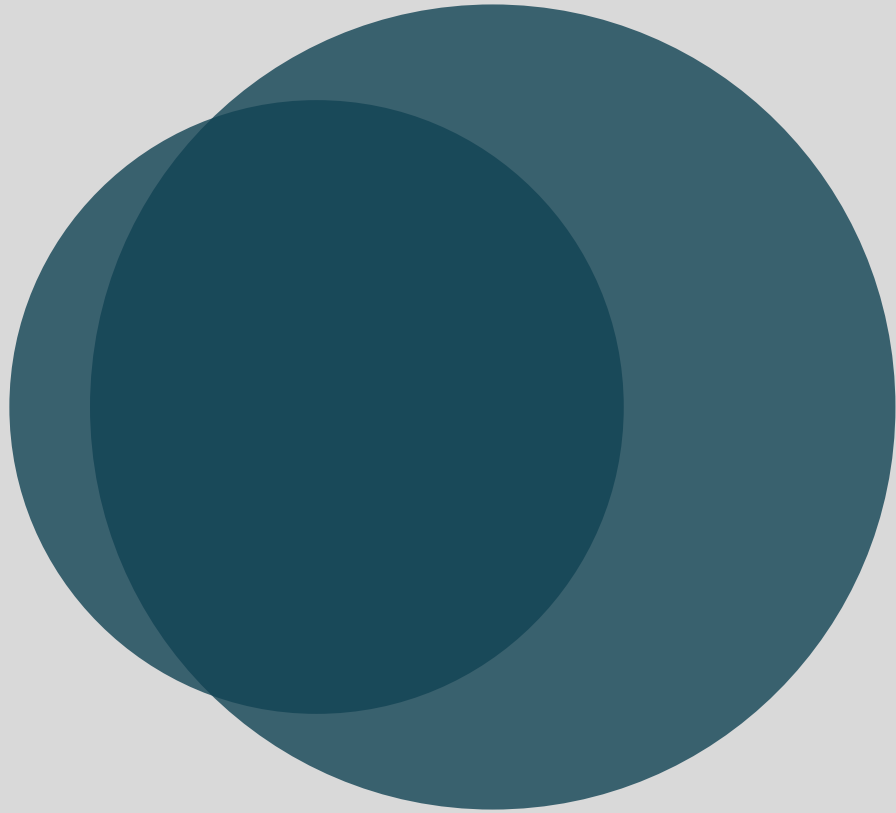
以「家」為中心的產業佈局

Store #	2012A	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A	2Q2018
TLW	24	26	26	26	27	27	27
HOLA TW	21	22	23	24	25	25	26
HOLA CN	31	33	35	38	33	26	26
Avg. selling space(m ²)	2012A	2013A	2014A	2015A	2016A	2017A	2Q2018
TLW	88,711	92,060	92,072	92,072	95,435	95,435	94,554
HOLA TW	51,780	53,117	52,979	54,476	55,443	52,760	50,780
HOLA CN	63,686	62,848	64,860	70,956	62,060	50,112	44,870



Store Locations





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

憑藉門市第二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升毛利

2Q2018

特力屋銷售佔比: 13.5%
 特力屋銷貨毛利: 39.1%
 HOLA佔比: 30.3%
 HOLA銷貨毛利: 52.5%



Mid-term Goal

TLW-15%
 HOLA-40%

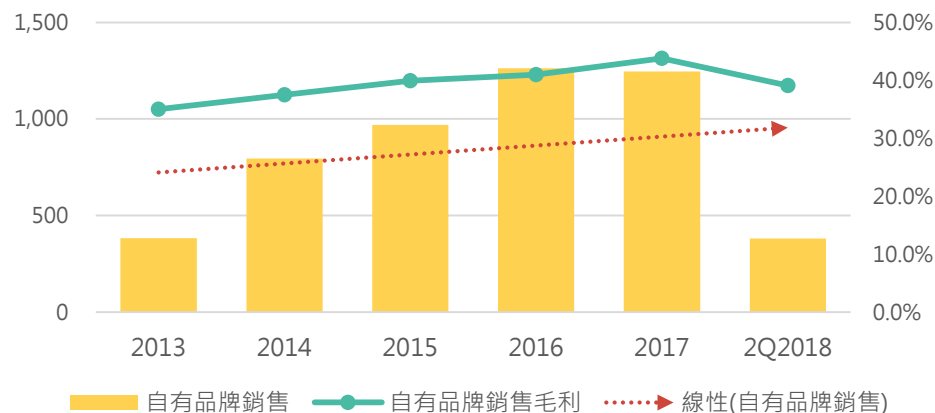
Long-term Goal

TLW- 20%
 HOLA-50%

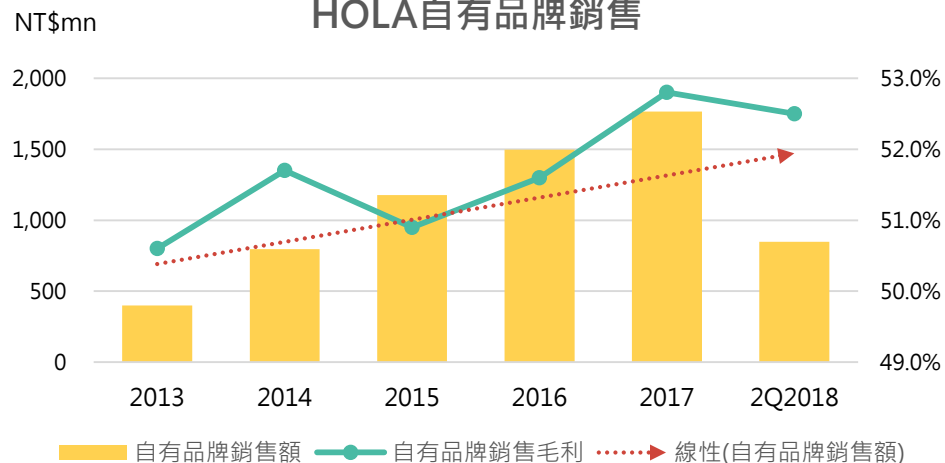
- Leading home décor trend by strengthening brand design ability



TLW PL Sales



HOLA自有品牌銷售



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。

Omni-Channel全通路結合

2Q2018

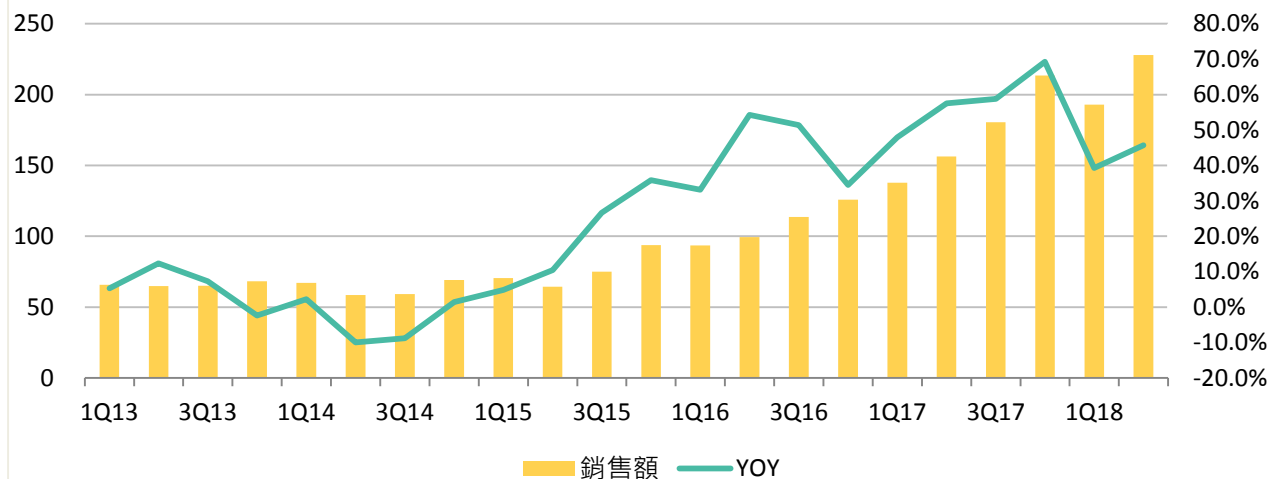
- 特力屋電商銷售佔比 4.8%
銷售金額YOY +37.7%
- HOLA電商銷售佔比 3.7%
銷售金額YOY +43.4%



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二條龍的服務
- 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

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

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



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

強化客戶體驗 (特力屋)



強化客戶體驗(HOLA)



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，推出台灣第二個 **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

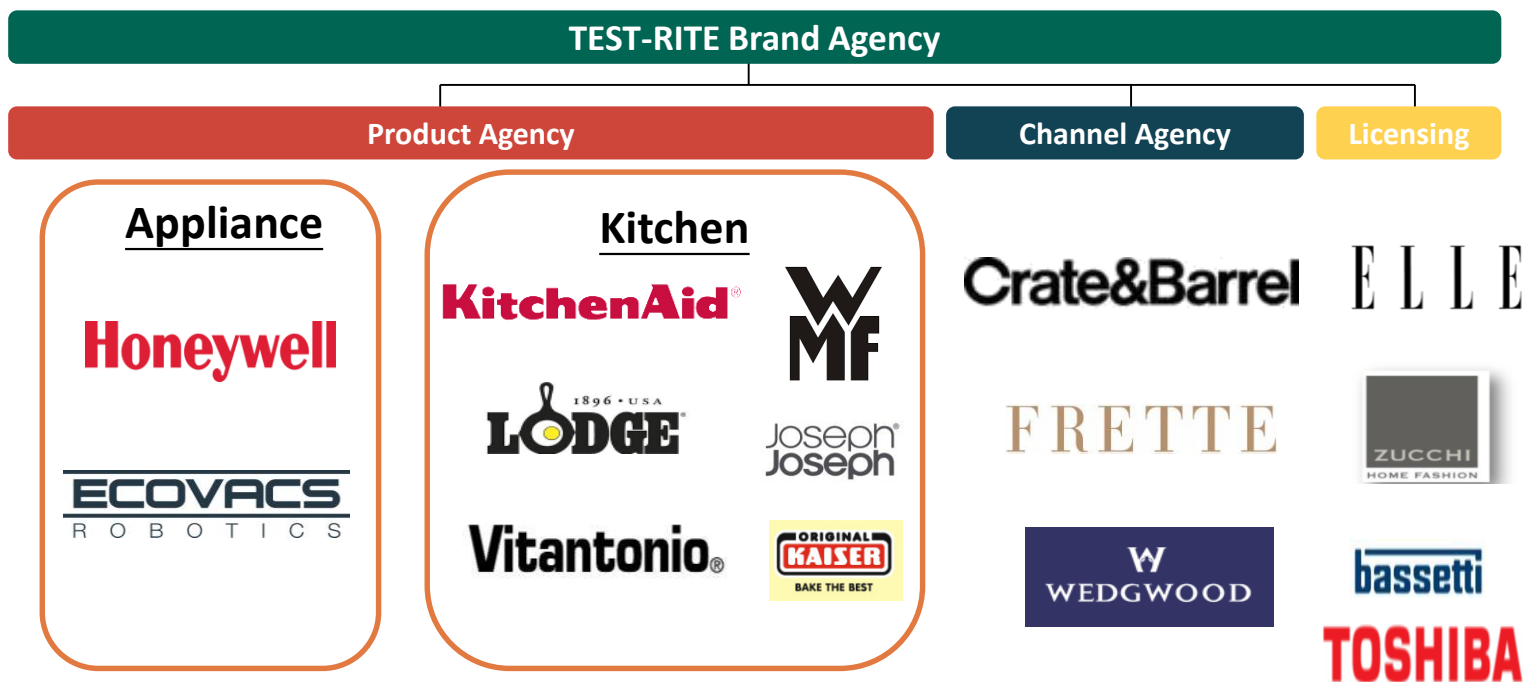
2Q2018

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

2Q2018

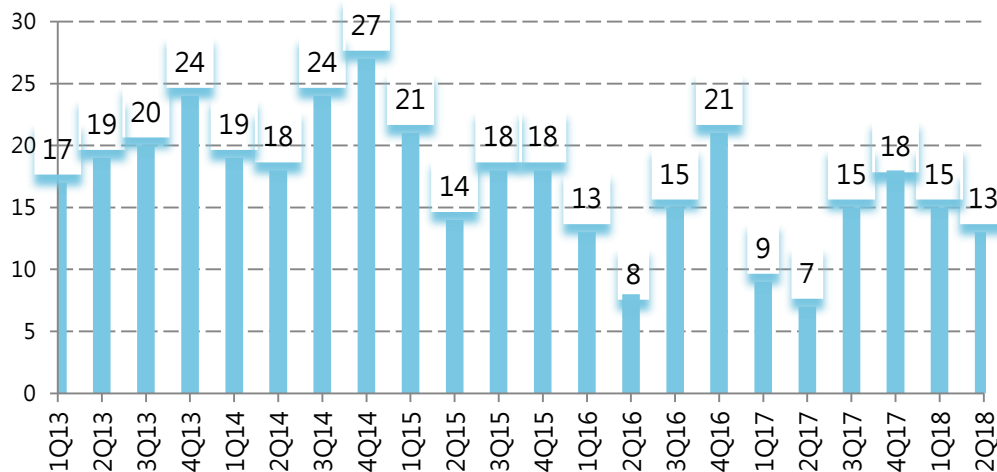
- 自有品牌銷售佔比 10%
- 自營佔比 58.3%



2018年目標

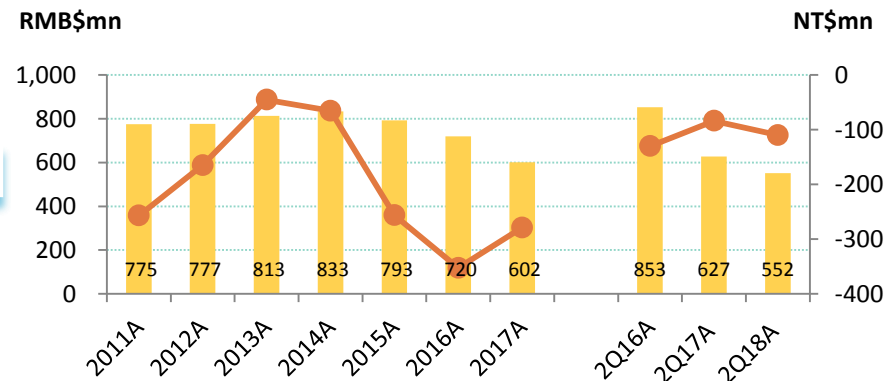
- 提昇自營、自有品牌比率
- 增加店端獲利/降低總部費用以達到損平
- 積極審視各店之店端獲利能力，關閉無法達成獲利目標之門店以改善體質
- 策略合作夥伴

HOLA CN Breakeven store numbers



27

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。

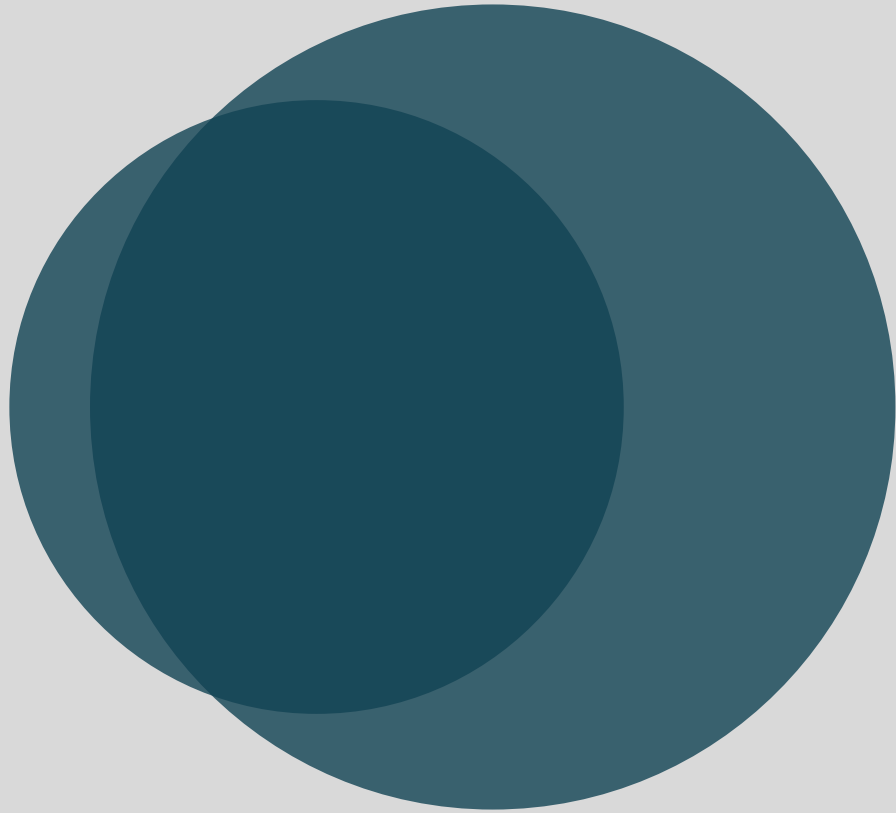


HOLA CHINA 跨業合作

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
- 上半年開出14家店
- 截至七月底，銷售佔比:1.03%





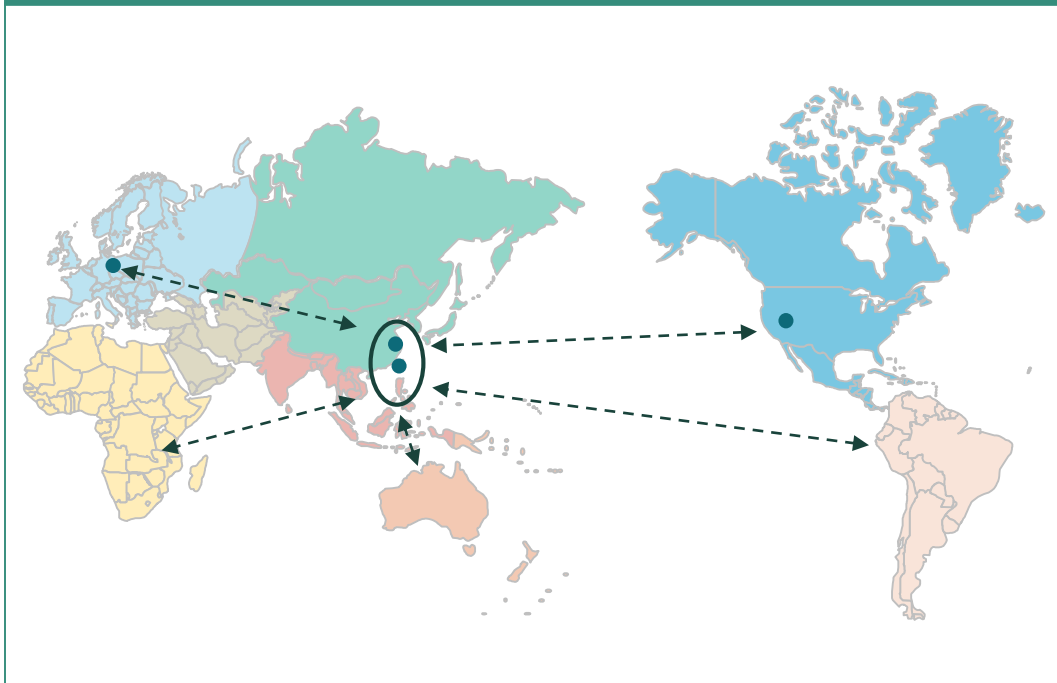
貿易事業

貿易事業全球佈局

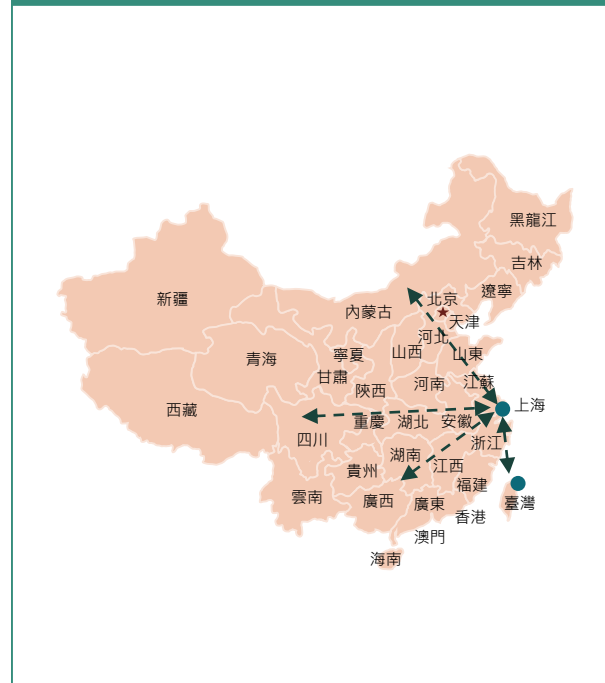


- 在全球11個國家/地區中，擁有14個據點；於臺灣、中國大陸、德國及美國四地設有物流中心
- 美國物流中心為傳統貿易客戶提供倉儲、物流配送系統及管理服務

貿易事業全球佈局



貿易事業中國佈局



● 特力倉儲物流中心

北美市場活絡帶動貿易成長

2Q2018

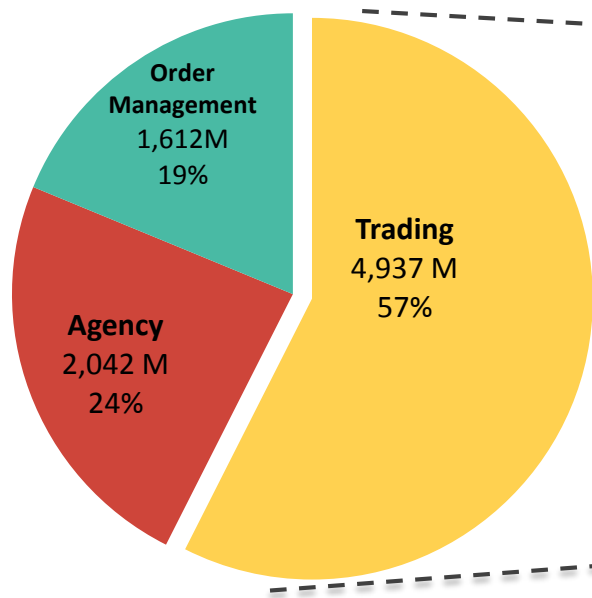
- 北美市場仍為成長最快速的區域。
- 表現較佳為Hardline手工工具產品線。
- 季節性產品因受去年低基期影響，出貨量較去年同期成長了17.7%



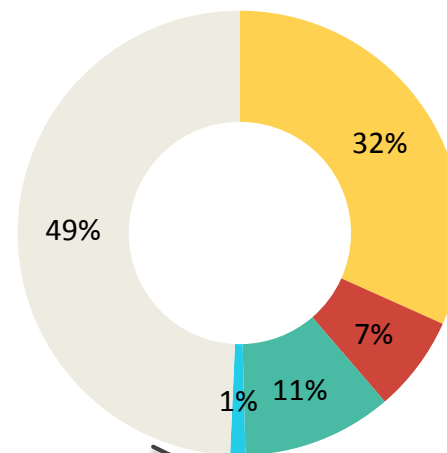
2018年目標

- 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Q2出貨量NT\$8,591 M



Q2出貨量
年增6.5 %YoY



Trading by Category

- Hardline
- House Ware
- Seasonal
- Electrical
- Others

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



出貨量快速成長

2Q2018

- 傳統貿易受惠於新客戶訂單挹注，全年可望維持強勁成長
- 採購代理事業第二季出貨數量雖呈現小幅衰退，惟就上半年表現而言，出貨量仍有10.5%成長，且佣金收入亦比去年同期成長11.1%。



2018年目標

- 傳統貿易可望持續成長
- 二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%
傳統貿易第二季出貨金額	4,936,523	4,250,850	16.1%
採購代理第二季出貨金額	3,654,754	3,814,759	-4.2%
- 二般採購代理出貨	2,041,942	1,919,139	6.4%
- 訂單管理出貨	1,612,812	1,895,620	-14.9%
第二季總出貨金額	8,591,277	8,065,609	6.5%

強化產品開發與設計能力

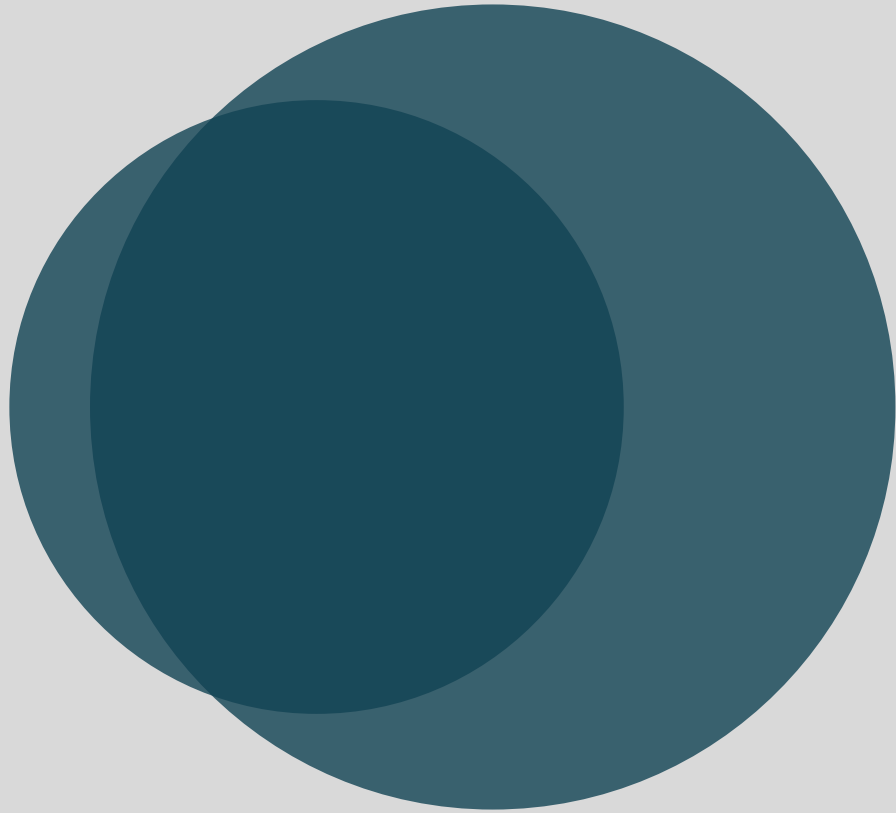
2014-2018 國際設計獎項 International Design Award

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





附錄

2018 Q2合併資產負債表

(NT\$mn)	2018	2017		2018	2017
現金及約當現金	2,192	2,172	短期借款	3,276	4,430
透過損益按公允價值衡量之金融資產— 流動	501	431	應付短期票券	80	
合約資產-流動	376		透過損益按公允價值衡量之金融 負債-流動		92
按攤銷後成本衡量之金融資產-流動	68		合約負債-流動	203	
無活絡市場之債券工具投資—流動		74	應付帳款及票據	6,429	5,433
應收帳款及票據	4,436	3,569	應付股利	612	551
其他應收款	364	284	其他應付款	1,726	1,484
存貨	5,537	6,117	當期所得稅負債	116	198
預付款項	355	277	預收款項	599	563
其他金融資產	17	20	一年內到期長期借款	800	490
其他流動資產	44	3	其他流動負債	92	63
流動資產	13,890	12,947	流動負債	13,932	13,303

2018 Q2合併資產負債表(續)

(NT\$mn)	2018	2017		2018	2017
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	4,522	3,249
以成本衡量之金融資產-非流動		94	遞延所得稅負債	25	24
無活絡市場之債券工具投資-非流動		203	其他非流動負債	423	493
按攤銷後成本衡量之金融資產-非流動	113		非流動負債	4,970	3,766
不動產廠房及設備	7,113	5,862	負債總額	18,902	17,069
商譽及無形資產合計	2,627	2,574			
遞延所得稅資產	1,283	1,310			
存出保證金	805	800			
其他非流動資產	523	600	股本	5,099	5,099
非流動資產	12,522	11,444	資本公積	648	648
			保留盈餘	1,895	1,721
			其他權益	(182)	(205)
			庫藏股票		
			母公司股東權益合計	7,460	7,263
			非控制權益	50	59
			股東權益總額	7,510	7,322
資產總額	26,412	24,391	負債及股東權益總額	26,412	24,391

THANK YOU

For Watching
