

南僑投資控股股份有限公司

2019年第二季業績發表會

發言人：李勘文總經理

2019.08.14

免責聲明

本簡報及同時發佈之相關訊息所提及之預測性資訊，包括營運展望、財狀狀況及業務預測等內容，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所得之資訊。

本公司未來實際所可能產生的營運結果、財務狀況與業務成果，可能與預測性資訊有所差異。其原因可能來自各種因素，包括但不限於原物料成本增加，市場需求，各種政策法令與金融經濟現況之改變，以及其他本公司無法掌控之風險等因素。

本簡報中所提供之資訊，係反應本公司截至目前為止對於未來的看法，並未明示或暗示性地表達或保證其具有正確性、完整性或可靠性。對於這些看法，未來若有變更或調整時，本公司並不負有更新或修正之責任。

- 公 司 簡 介
- 經 營 實 績
- 營 運 狀 況
- 展 望 未 來
- Q & A

公司簡介

公司設立：1952年3月29日

上市日期：1973年5月30日

實收資本：29.4億元

董事長：陳飛龍

主要業務：洗劑產品、烘焙油脂、冷凍麵糰、
冰品、急凍熟麵、常溫米飯、速食麵、
米果(烤焙米片)、調理食品之生產銷售、
餐飲服務事業

公司簡介 - 全球據點





公司簡介 - 生產據點



1971年桃園基地
15,000坪

1981年中壢基地
2163坪

1986年台南基地
5000坪

1989年泰國基地
39,495坪



1996年天津基地
20,204坪

2007年廣州基地
10,892坪

2016年上海金山基地
17,932坪

2016年上海金山二廠
3,663坪

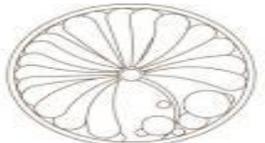


公司簡介 - 餐飲服務據點

上海



台北



點水樓
Dian Shui Lou

本場流 專業麵店



東京





公司簡介 - 產品



南僑水晶 天然呵護健康與環保



公司簡介 - 產品

樟之物語全方位呵護肌膚・敏感肌也適用

[南僑集團匯聚65年工藝能量，耗費3年時間打造全新品牌一樟之物語]



牛樟芝精華：原住民傳承，注入肌膚活力光彩



天然油脂製造：獨家黃金比例，清潔潤澤完美平衡



七段輾壓工法：溫潤紮實手感，洗到薄博一片也不會斷裂



舒緩木質香調：如芬多精氣息，像漫步森林中



美國AMA認證：通過美國專業皮膚臨床測試實驗室檢測



南僑食安把關：產品用料皆以食安等級進行檢驗



公司簡介 - 產品

南僑油脂
全球烘焙業經營策略夥伴
共同創新發展

- 市場領導品牌 ▶ 伴隨烘焙業一起成長
- 顧問式行銷 ▶ 提供一步到位專業烘焙顧問服務
- 技術領先 ▶ 全台首家提供“無部分氫化的反式脂肪”烘焙油脂
- 客製化產品能力 ▶ 創造客戶具差異化的競爭優勢
- 溯源管理系統 ▶ 強化食安的競爭力 安心把關



公司簡介 - 產品



南僑冷凍麵糰

是您烘焙事業的忠實夥伴

- ✓ 市占率第一的領導品牌，從原物料到生產製程經過嚴謹的品質管理
- ✓ 一步到位的顧問式行銷服務，洞悉產業趨勢與客戶共創價值
- ✓ 具差異化且品質穩定的產品，並提供量身訂做客製化服務
- ✓ 完善的溯源管理系統，嚴格監控原料物料食品安全衛生



公司簡介 - 產品



公司簡介 - 產品



公司簡介 - 產品



急凍熟麵
-18°C以下冷凍儲存

南僑讚岐
さぬき
南僑讚岐急凍熟麵



公司簡介 - 產品



全家人的健康飯

全國第一家
榮獲 健康食品認證

- 100%無添加
- 微波90秒即可食用
- 等同於兩顆高麗菜的膳食纖維

公司簡介 - 產品



公司簡介 - 產品



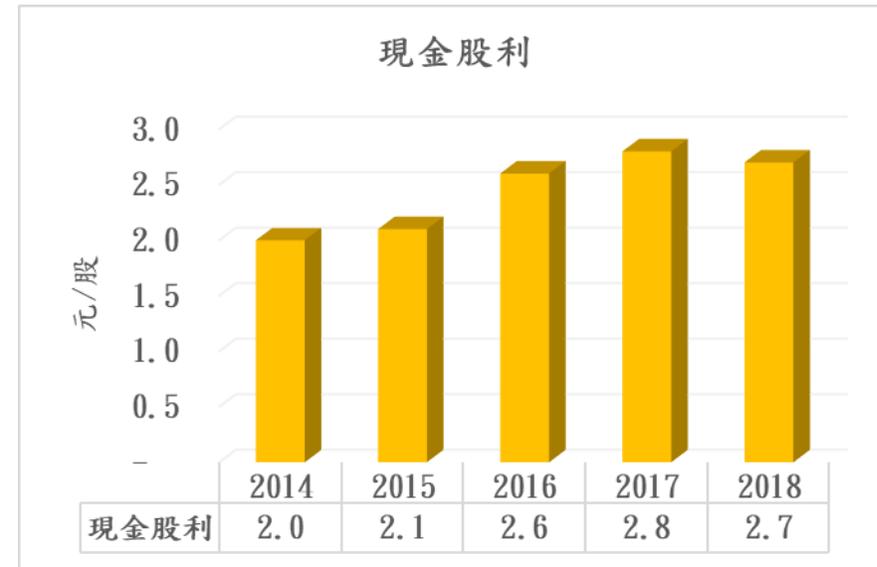
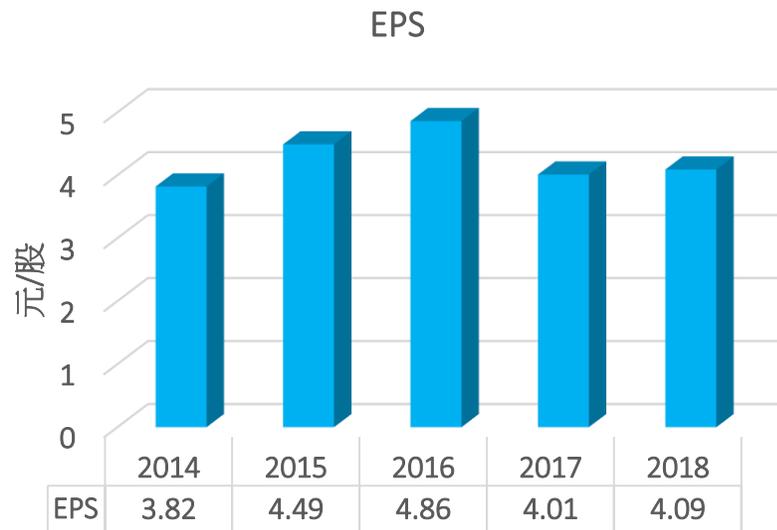
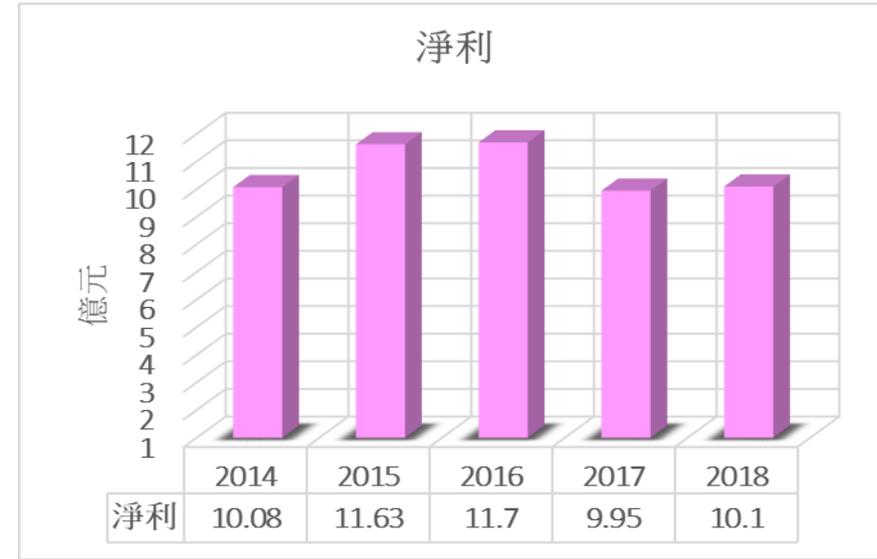
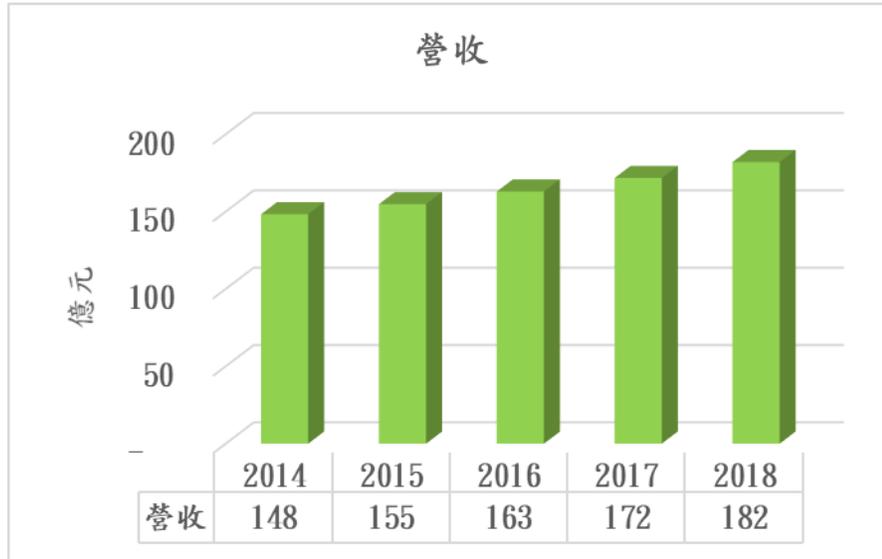
Little Cook
小廚師
慢食麵

慢食麵 運動 慢食麵



A row of eight instant noodle cups with various flavors and packaging designs, including 'Spicy Beef', 'Chicken Noodle Soup', and 'Vegetarian' options.

- 公 司 簡 介
- 經 營 實 績
- 營 運 狀 況
- 展 望 未 來
- Q & A



- 公 司 簡 介
- 經 營 實 績
- 營 運 狀 況
- 展 望 未 來
- Q & A

營運狀況-簡明合併資產負債表

單位：仟元	2019.06.30		2018.12.31		2018.06.30	
	金額	%	金額	%	金額	%
流動資產	9,847,053	42%	9,580,966	43%	10,001,265	44%
非流動資產	13,691,679	58%	12,527,897	57%	12,799,070	56%
資產總計	23,538,732	100%	22,108,863	100%	22,800,335	100%
流動負債	8,862,518	38%	7,998,444	36%	9,409,925	41%
非流動負債	8,427,907	36%	7,814,398	35%	7,532,669	33%
負債總計	17,290,425	73%	15,812,842	72%	16,942,594	74%
權益總計	6,248,307	27%	6,296,021	28%	5,857,741	26%
負債及股東權益總計	23,538,732	100%	22,108,863	100%	22,800,335	100%

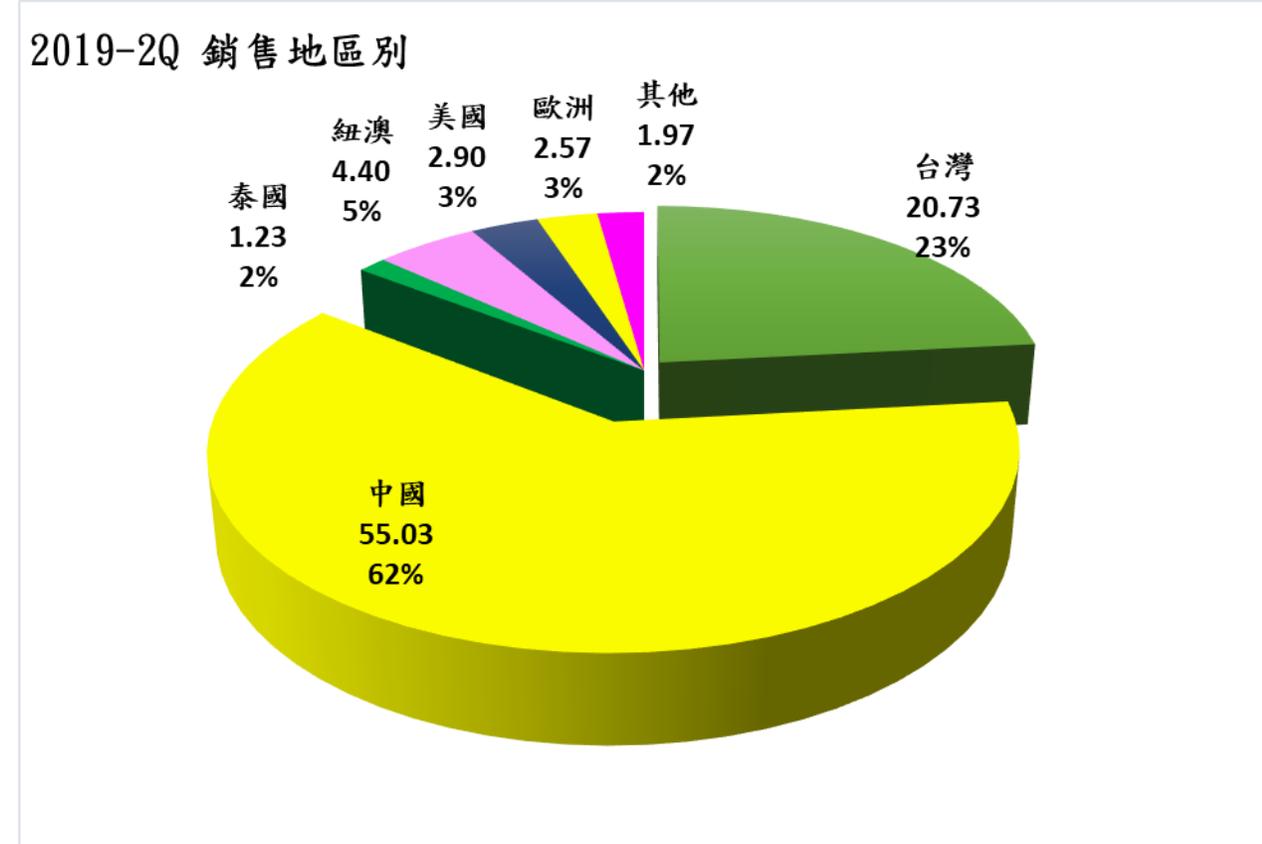
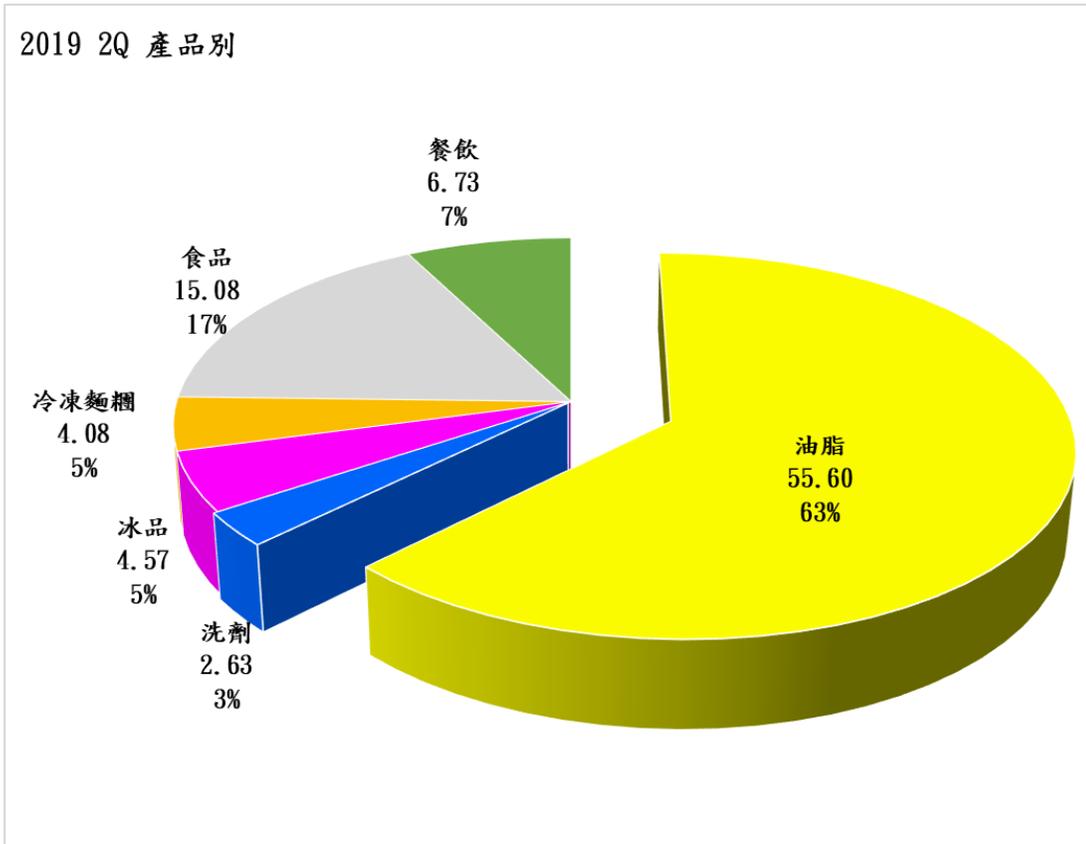
營運狀況-簡明合併綜合損益表

單位：仟元	2019年第2季	2018年第2季	YoY(%)	2019年上半 年	2018年上半 年	YoY(%)
營業收入	4,663,934	4,660,624	0.07%	8,882,173	8,930,637	-0.54%
營業成本	3,014,224	3,096,930	-2.67%	5,818,341	6,079,360	-4.29%
營業毛利	1,649,710	1,563,694	5.50%	3,063,832	2,851,277	7.45%
毛利率(%)	35.37%	33.55%	1.82%	34.49%	31.93%	2.57%
營業費用	1,202,592	1,134,137	6.04%	2,289,306	2,139,162	7.02%
營業利益	447,118	429,557	4.09%	774,526	712,115	8.76%
營業利益率(%)	9.59%	9.22%	0.37%	8.72%	7.97%	0.75%
業外收入與支出合計	(50,043)	(91,272)	-45.17%	(41,906)	(43,112)	-2.80%
稅前淨利	397,075	338,285	17.38%	732,620	669,003	9.51%
所得稅費用	179,482	64,505	178.25%	309,033	164,033	88.40%
本期淨利	217,593	273,780	-20.52%	423,587	504,970	-16.12%
淨利率(%)	4.67%	5.87%	-1.21%	4.77%	5.65%	-0.89%
歸屬於母公司業主之淨利	205,407	260,154	-21.04%	402,601	481,231	-16.34%
EPS(元)	\$0.83	\$1.05	-\$0.22	\$1.63	\$1.94	-\$0.31

營運狀況-簡明合併現金流量表

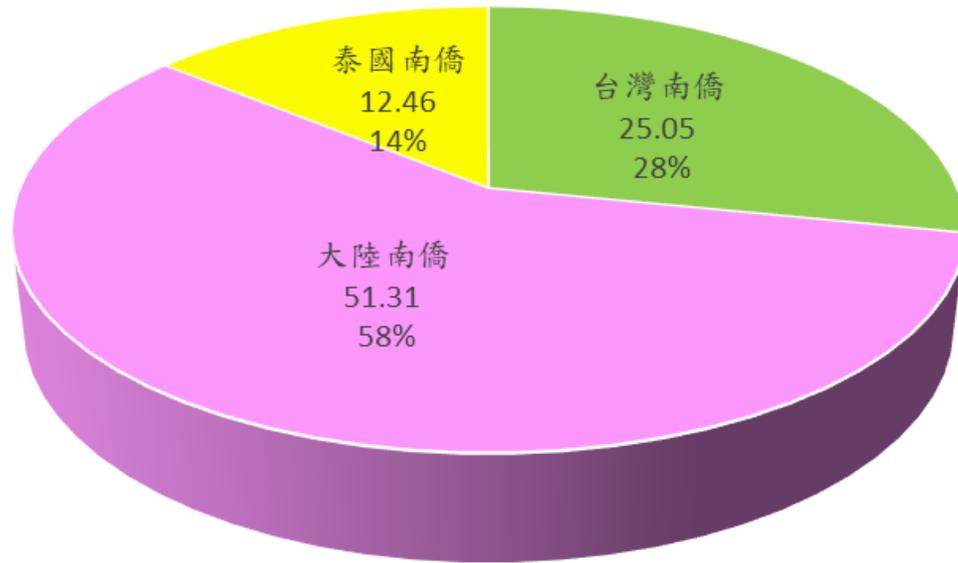
單位：仟元	2019年上半年	2018年上半年	YoY
期初現金及約當現金增加數	4,708,562	4,662,498	46,064
營業活動之現金流入	1,100,159	597,292	502,867
投資活動之現金流出	(404,797)	(674,824)	270,027
籌資活動之現金流出	(352,513)	242,997	(595,510)
匯率變動影響	31,363	40,242	(8,879)
本期現金及約當現金增加數	374,212	205,707	168,505
期末現金及約當現金增加數	5,082,774	4,868,205	214,569

營運狀況- 2019年上半年銷售分析

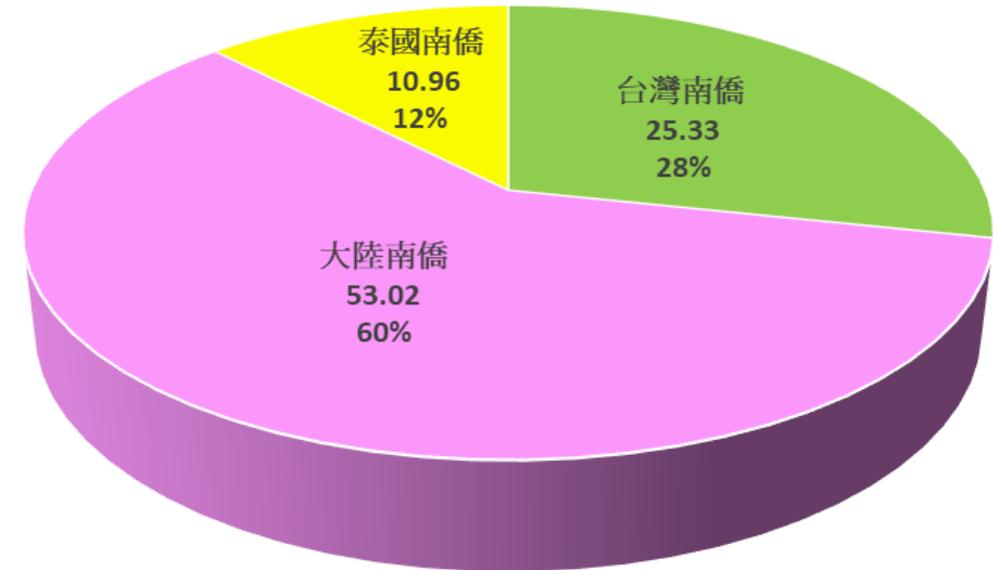


營運狀況- 2019年 VS 2018年上半年銷售分析

2019年上半年銷貨收入--依產製地區



2018年上半年銷貨收入--依產製地區



- 公 司 簡 介
- 經 營 實 績
- 營 運 狀 況
- 展 望 未 來
- Q & A

展望未來

放眼全球

深耕台灣、發展大陸、前進東協

展望未來 - 成長動能

急凍熟麵

- 發揮南僑B2B顧問式行銷的優勢，提升國際品牌或連鎖新客戶的成長，每年新戶成長超過5%。
- 持續開發以健康、便利為訴求的新產品及料理包，發展銀髮、養生、上班族群市場。
- 持續領先市場每年穩定成長的領導品牌。
- 2019年持續取得國際認證，已取得清真認證、Monde Selection 世界品質評鑒大會、iTQi國際風味暨品質評鑑等多項認證行銷全球。
- 在原組織運作下，增加面銷場次，由每年1500場次，增加為5000場次。

冰品

- 除暨有客戶外，發展策略性OEM、ODM產品，與國際知名品牌 Hershey's 聯名行銷，ODM Godiva 雪糕…等，掖助品牌價值。
- 持續耕耘且擴大連鎖餐飲客戶的合作，並在霜淇淋及餅皮產品擴大開發。
- 持續拓展全球行銷，擴大外銷麻淇冰、台灣特色農產冰品(玉井情人果冰棒、鳳梨脆冰棒…等)及冰沙。
- 在原組織運作下，增加面銷場次，由每年2000場次，增加為5000場次。

家品

- 秉持天然為本、抗菌為用的理念，取得國際認證。
- 發展OEM及ODM品牌，與通路結合，挹注品牌價值提升。
- 拓展國際市場，持續品牌投資。
- 開發新產品，擴大耕耘特銷通路。
- 在原組織運作下，增加面銷場次，由每年1000場次，增加為4000場次。

展望未來 - 成長動能

泰國南僑：

- 目標：以泰國為生產基地，行銷全球
- 投資金額：第一階段投入13億元泰銖
- 投資項目：廠房、倉庫、嬰兒米果產線
- 產品：嬰兒米果
- 營收提升：由目前佔集團14%提升至20%以上

展望未來 - 成長動能

中國南僑：

- IPO：提升企業公信力，爭取消費者認同
- 專心做好“看不見的油”
- 專注研發，服務製造

展望未來 - 成長動能

日本南僑：

由餐廳、飯店開始，尋求其他產品銷售機會

台灣：

運用人才優勢，致力研發

Q & A

Thank you