



HeySong



黑松股份有限公司 HEYSONG CORP. 股票代碼:1234

法人說明會



簡報內容

公司概況

財務績效

未來展望



HeySong

公司概況



公司簡介

設立登記日期	1969年12月13日
股票上市	1999年3月12日
資本額	40.2億
董事長	張斌堂
公司地址	台北市信義路四段296號3樓
工廠	中壢廠、斗六廠
員工人數	562人(截至11月底止)



公司沿革

1925

「進馨商會」成立

1936

「進馨商會」更名為「進馨汽水無限公司」

1946

復業改組「進馨汽水有限公司」

1969

改組為「黑松飲料股份有限公司」

1981

證期會核准公開發行。公司名稱改「黑松股份有限公司」

1999

股票正式於台灣證券交易所集中交易市場掛牌買賣

2013

辦理現金減資換發股票，目前資本額40.2億元



HeySong

公司概況

理念使命願景

經營理念

誠實服務

使命

優質生活的好伙伴

願景

提供安心飲食 共創歡樂環境

Vision
Mission
& Values

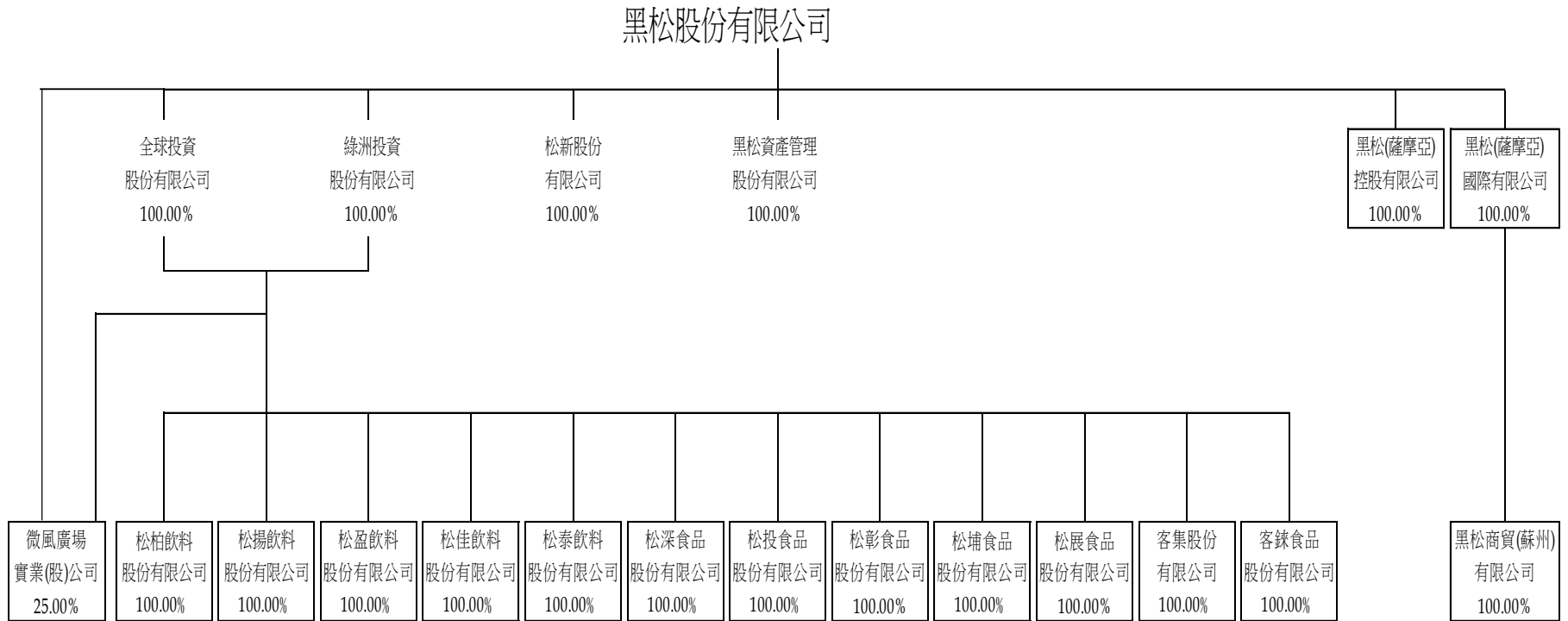




HeySong

公司概況

投資架構







飲料事業

生產設備

生產線		可生產品類	
		碳酸飲料	非碳酸飲料
寶特瓶	4條	碳酸、營養碳酸	茶類、果汁、運補、咖啡
易開罐	2條		
紙盒	5條		
杯裝	1條		



飲料事業

品質認證

	認證/驗證項目	認證範圍
品質	ISO9001品質管理系統驗證	全公司
食安	ISO22000食品安全管理系統驗證	中壢廠區、斗六廠
	FSSC22000食品安全系統驗證	中壢廠區、斗六廠
	TQF台灣優良食品驗證	中壢廠、斗六廠全產線(106年新增罐頭產線驗證中)
	TFDA食品業者衛生安全管理系統驗證	中壢廠、斗六廠
	TAF實驗室認證	微生物、雙酚A、咖啡因、赭麴毒素A、三聚氰胺、塑化劑、重金屬
	TFDA實驗室認證	三聚氰胺、包裝水重金屬
環保	ISO50001能源管理系統驗證	中壢廠區
	ISO 14064-1組織型溫室氣體排放量查證	中壢廠區
	環保署台灣產品碳足跡標籤證書	PET600ml黑松沙士、PET580ml黑松FIN健康補給飲料
	產品水足跡查證	PET600ml黑松沙士
	內政部綠建築標章	中壢廠製造三場(銀級)
健康食品	健康食品認證	黑松茶花綠茶全系列產品、櫻桃姬補鐵精華液
	SNQ國家品質標章	櫻桃姬補鐵精華液



HeySong

公司概況

飲料事業

自有品牌

碳酸

黑松沙士
 黑松沙士清爽der
 黑松汽水C&C
 黑松汽水



茶

黑松茶尋味
 黑松茶花
 黑松茶



運補

FIN健康補給飲料



咖啡

韋恩咖啡





HeySong

公司概況

飲料事業

自有品牌

果汁

綠洲果汁
黑松果汁



水

天霖純水
黑松純水



保健

櫻桃姬補鐵精華液
FIN健康補給飲料隨身包





HeySong

公司概況

飲料事業

代工代銷



立頓即飲茶

自2016年起



三得利C.C.Lemon

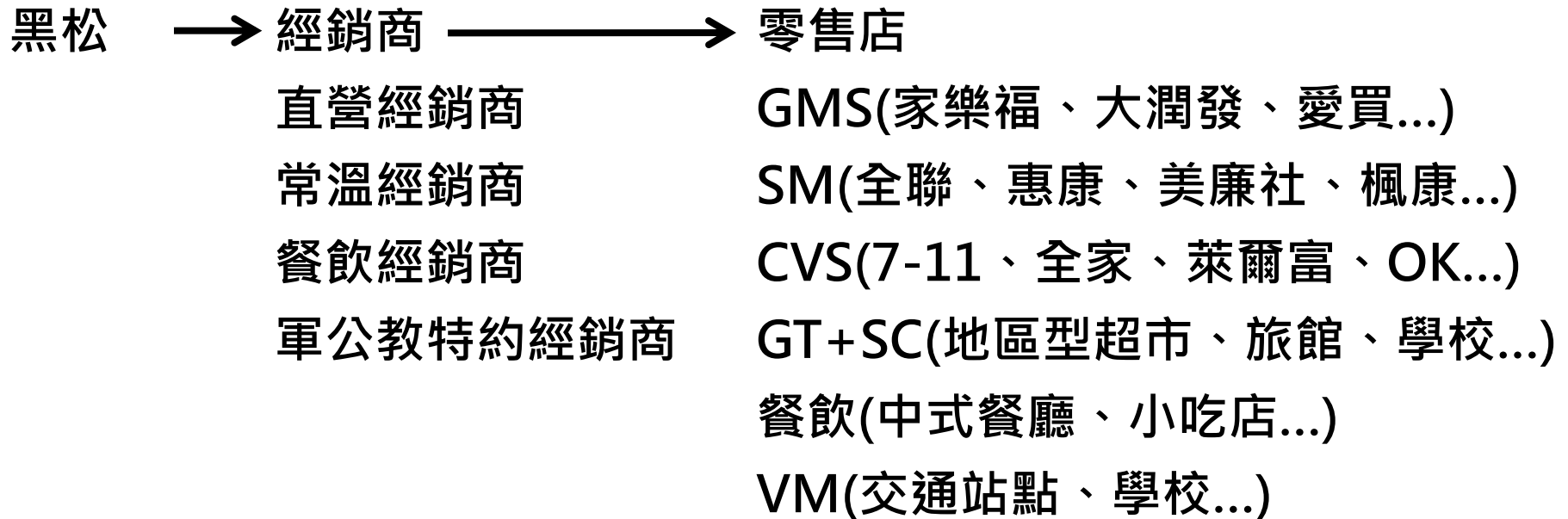
代工外銷香港等地區。自2008年起





飲料事業

飲料產品銷售通路





飲料事業

飲料市場規模與市占率

(依據經濟部統計資料2016年度)

	市場規模 (億元)
總體飲料市場	558.6
茶類飲料	235.5
果蔬汁	59.3
碳酸飲料	53.0
礦泉水	30.2
運動飲料	27.4
咖啡飲料	65.2
其他飲料	88.0

黑松品牌約佔7%



公司概況

HeySong

代理事業

代理產品

中式白酒

50度以上金門高粱



經銷期間:2015/09/01-2018/08/31

利口酒類

CHOYA



黑松白鹿
高清水
劍菱



葡萄酒類

法國、西班牙、智利、
義大利、澳洲等地區葡萄酒



其他

人頭馬君度(經銷期間:2015/04/01-2018/03/31)



HeySong

公司概況

代理事業

酒類產品銷售通路

黑松 → 經銷商 → 零售店

酒類特約經銷商

ON：夜間通路(PUB、酒店...)、
餐飲通路

飲料經銷商
(含直營)

OFF：GMS(家樂福、大潤發、愛買...)
SM(全聯、惠康、美廉社、楓康...)
CVS(7-11、全家、萊爾富、OK...)
酒專(零售)、地方超市大賣場、
雜貨店...



營收占比(個體公司)

	2016年度	2017年1-9月
	占比%	占比%
飲料(含代工)	60	56
代理事業(酒)	40	44



大陸投資

黑松食品
(蘇州)有限公司

開始投資年度：2003年
 解散清算年度：2016年
 經營項目：飲料生產及銷售。
 解散原因：蘇州當地政府回購廠房土地，
 結束飲料之生產事業。



黑松商貿
(蘇州)有限公司

開始投資年度：2015年
 投資金額：美金800萬元（約新台幣2.62億元）

營業收入：	2016年	5,229萬元人民幣
	2017年1-9月	3,753萬元人民幣
稅後利益：	2016年	228萬元人民幣
	2017年1-9月	-235萬元人民幣 (主係匯兌損失)



資產管理

主要不動產

公司	座落地區	土地		房屋	
		面積 (坪)	帳面淨值 (百萬元)	面積 (坪)	帳面淨值 (百萬元)
黑松公司	中壢廠	33,106	1,387	26,013	831
	斗六廠	23,268	304	12,112	26
	深坑永安段	616	170	215	3
松新公司	深坑永安段	11,106	897	3,706	3
	台北通化段	258	252	2,826	27
黑松資產公司	台北敦化段 (微風廣場)	5,115	3,953	22,345	1,066
	其他	1,142	97	512	5
	合計	74,611	7,060	67,729	1,961

註1.土地帳面淨值已扣除土地增值稅準備。房屋帳面淨值已扣除累計折舊準備。

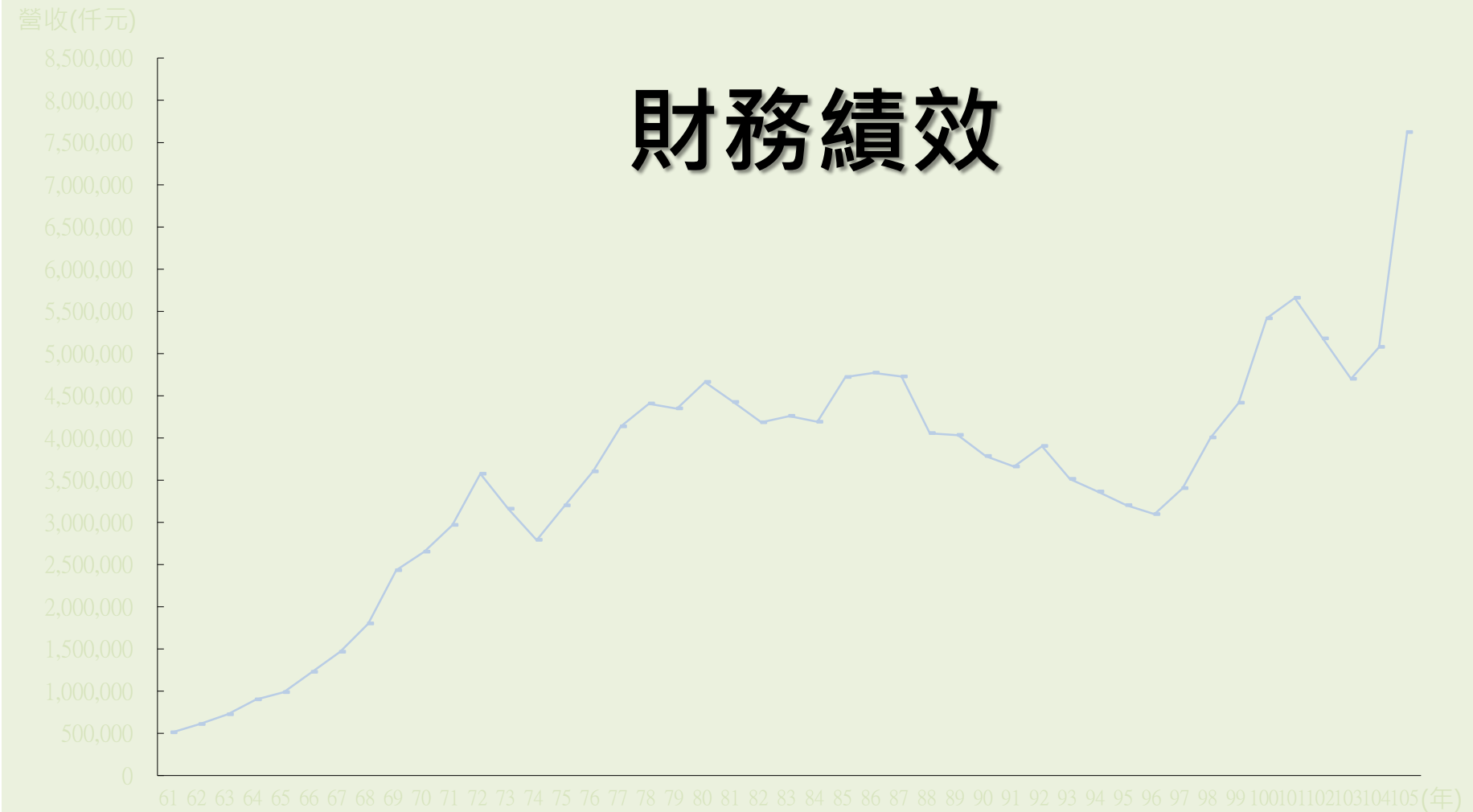
2.中壢廠及斗六廠均自用。

深坑永安段及台北通化段一部分自用，一部分出租，全年租金約44百萬元。

台北敦化段(即微風廣場)均出租，2017年全年租金約 463百萬元。



財務績效





合併資產負債表

<u>(單位:新台幣仟元)</u>	<u>2017/09/30</u>	<u>2016/12/31</u>	<u>2016/09/30</u>
現金及約當現金	1,335,378	2,266,406	2,239,555
應收款項淨額	1,056,665	679,303	1,120,519
存貨	4,668,494	3,581,650	3,346,147
採用權益法之投資	658,125	672,960	665,008
不動產、廠房及設備	6,564,342	5,619,886	5,620,803
投資性不動產	7,775,337	7,804,111	7,813,735
<u>資產總計</u>	<u>23,393,736</u>	<u>22,294,964</u>	<u>22,243,685</u>
短期借款	2,320,000	1,030,000	980,000
<u>負債總計</u>	<u>5,904,037</u>	<u>4,457,169</u>	<u>4,474,449</u>
<u>權益總計</u>	<u>17,489,699</u>	<u>17,837,795</u>	<u>17,769,236</u>
<u>每股淨值(元)</u>	43.5	44.4	44.2



合併綜合損益表

(單位:新台幣仟元)

	<u>2017年1-9月</u>	<u>2016年1-9月</u>
營業收入	7,046,095	6,630,816
營業成本	<u>(5,203,840)</u>	<u>(4,798,944)</u>
營業毛利	1,842,255	1,831,872
營業費用	<u>(1,686,098)</u>	<u>(1,688,681)</u>
營業淨利	156,157	143,191
營業外收入及支出	<u>370,672</u>	<u>968,216</u>
稅前淨利	526,829	1,111,407
本期淨利	<u>453,044</u>	<u>999,539</u>
每股盈餘(元)	<u>1.13</u>	<u>2.49</u>



HeySong

財務績效

合併現金流量表

<u>(單位:新台幣仟元)</u>	<u>2017年1-9月</u>	<u>2016年1-9月</u>
營業活動之淨現金流出	(841,223)	(1,255,617)
投資活動之淨現金流(出)入	(556,094)	131,750
籌資活動之淨現金流入	484,202	21,849
<u>匯率變動對現金及約當現金之影響</u>	<u>(17,913)</u>	<u>(35,477)</u>
<u>本期現金及約當現金減少數</u>	<u>(931,028)</u>	<u>(1,137,495)</u>
<u>期末現金及約當現金餘額</u>	<u>1,335,378</u>	<u>2,239,555</u>



HeySong

財務績效

近五年每股盈餘與股利

黑松 (1234)

股利年度	EPS	現金股利(元)
2016	2.75	2.0
2015	1.54	1.5
2014	0.98	1.2
2013	0.64	1.5
2012	14.25	2.5



HeySong



未來展望



擴大飲料事業投資

- **品牌經營**
培養重點品牌 增加營收
- **開發健康機能商品**
飲品朝向天然、健康、營養、無負擔目標前進。
- **安心飲食**
食品安全驗證
- **設備更新 提升生產效益**

深耕代理業務

- **酒品事業代理**
- **飲料代工代銷**

擴大新市場經營

- **外銷市場**
(深耕香港、擴展菲律賓、新加坡、泰國)
- **中國市場 (蘇州商貿公司)**



HeySong



謝謝蒞臨!

敬請指教!



Q & A

