



---

黑松股份有限公司  
HEYSONG CORP.  
股票代碼:1234

2021年  
法人說明會

# 免責聲明

- 本簡報合併財務數字係根據國際財務報導準則編製，並經由會計師查核(核閱)簽證。
- 本簡報內容非經由本公司書面許可，任何第三者不得任意取用或複製。

# 會議議程

公司概況

經營策略

財務績效

永續發展

## 公司簡介

### 黑松股份有限公司

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	台北市大安區信義路四段296號3樓
工廠	中壢廠、斗六廠
員工人數	548人(截至11月底止)

## 理念與堅持



**經營理念**  
誠實服務

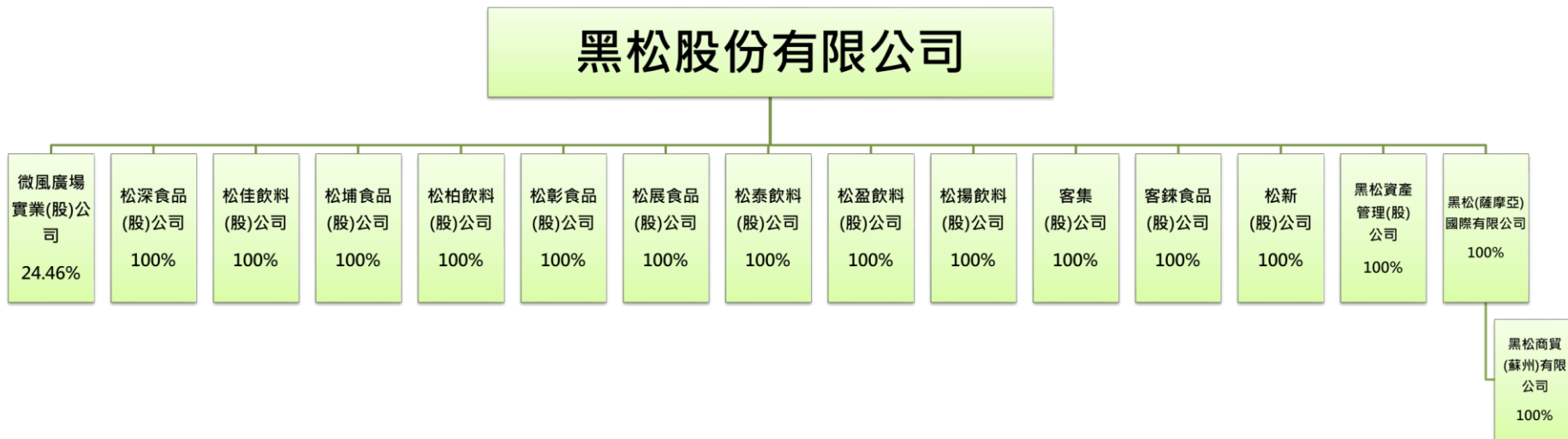


**使命**  
優質生活的好夥伴



**願景**  
安心飲食、歡樂環境  
共享資源、擴大市場

## 投資架構



## 總體非酒精飲料市場規模與市佔率

品類 \ 期間	2021年1-9月	2020年
總體非酒精飲料市場 (億元)	445.4	574.6
茶類飲料	157.8	207.3
果蔬汁	41.7	58.2
咖啡飲料	43.1	57.5
碳酸飲料	41.3	53.8
礦泉水	24.5	31.8
運動飲料	25.5	29.9
其他非酒精飲料	111.5	136.0
黑松總體非酒精飲料市佔率	7.4%	7.6%

資料來源：

(1) 總體非酒精飲料市場：經濟部統計處-工業產銷存動態調查。(2) 黑松總體非酒精飲料市佔率：黑松銷售資料。

## 黑松代理50度以上金高銷售狀況

2020年成長率

50度以上金門高粱 -3%

2021年成長率(至9月底)

50度以上金門高粱 4%

千日醇 96%





## 其他酒品銷售狀況

- CHOYA連續兩年成長20%以上。
- 2021年1-9月葡萄酒營收成長逾50%。

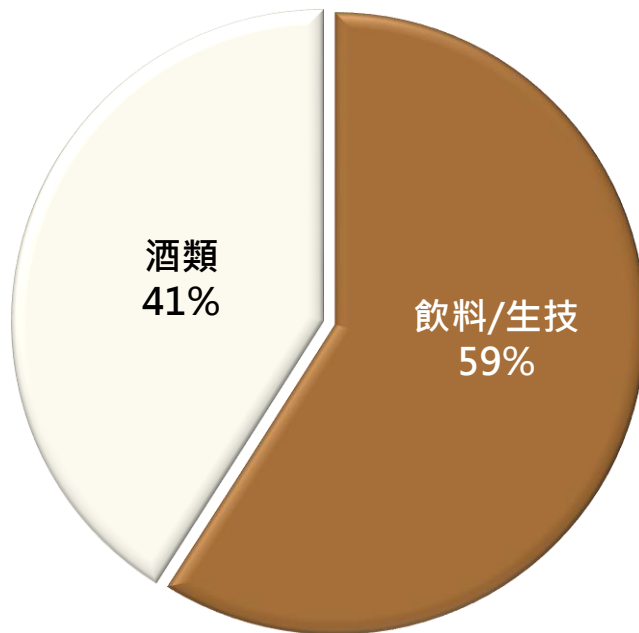


## 2021年1-9月產品別營收比重

58° 金門高粱酒  
とどけ、梅のちから。  
**CHOYA**



HAKUSHIKA  
SAKE  
JAPAN 1662



黑松沙士

黑松茶花

C&C

黑松生技 H<sup>+</sup>

FIN

茶。尋味

韋恩咖啡  
WINCOFFEE



## 黑松生技 H<sup>+</sup> 自有品牌

膠囊錠劑

黑松L-137植物乳酸菌膠囊  
黑松御樟芝  
黑松龜鹿膠原精華膠囊



液態隨身包

黑松人蔘精  
黑松葉黃素濃縮精



粉劑隨身包

果寡糖順暢粉



## 大陸投資

### 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：2020年 4,304萬元人民幣

2021年1-9月 3,866萬元人民幣

稅後利益：2020年 23萬元人民幣

2021年1-9月 428萬元人民幣

## 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	689
	斗六廠	23,268	304	12,112	18
松新公司	深坑永安段	11,723	1,114	3,921	0
	台北通化段	258	252	2,826	22
黑松資產公司	台北敦化段 (微風廣場)	5,115	3,953	22,345	941
	其他	1,142	97	512	3
	合計	74,612	7,107	67,729	1,673

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。

註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，2021年全年租金約4仟4百萬元。

台北敦化段(即微風廣場)均出租，2021年全年租金約4億9仟萬元。

## 黑松產品及銷售通路

產品別	飲料	酒品	生技
經銷商別 (127家)	直營/一般 特約/客集(鍊)	酒類/客集(鍊) 直營/一般	客鍊
銷售通路別 (37,000以上)	連鎖通路 傳統客戶/電商 自販機/外銷	連鎖通路 傳統客戶 酒專/直銷	自有電商/傳統電商 直銷團購

## 未來展望

## 全面推動數位轉型，創造企業營運動能。

生活品牌

進化銷售

超越代理



- 掌握消費者需求
- 加強與年輕族群連結
- 自販機再進化
- 虛擬通路商機
- 創造產品健康價值
- 推動智能化生產

飲料本業




## 多變環境下之重點策略

### 聚焦主力品牌

黑松沙士 C&C 韋恩咖啡 FIN  
黑松茶花綠茶 黑松茶。尋味

### 深耕核心技術

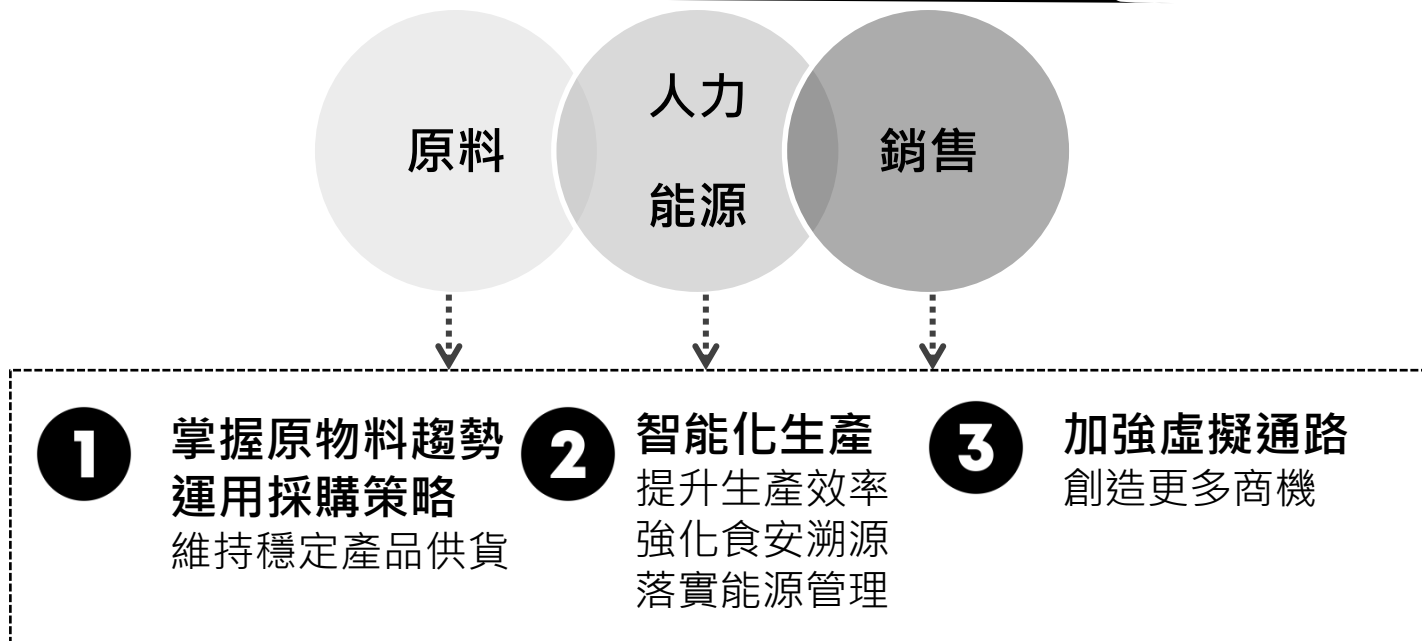


品牌偏好度  
產品健康價值 



## 飲料本業

### → 生產3缺3補 以數位加速調整應對



## 自販通路

## 自販機增設開發票功能、營運模式再進化



2022年預計投入  
5,000萬元

- ✓ 2022年底完成 **1,400台** 具開立發票功能機台。
- ✓ 串聯 **行動數位互動**，強化消費體驗。
- ✓ 增加 **促銷優惠機制**，提升機台競爭力。



## 飲料銷售

### 內銷虛擬通路成長

- 傳統通路EC 成長5成
- 連鎖通路EC 成長2成

### 外銷中港星市場佳

- 黑松C&C 成長逾3成
- 香港地區 成長逾4成



## 保健事業

## 黑松生技H<sup>+</sup>

1

### 深化品牌經營

- 代言人強化品牌形象
- 全家人的健康管理

2

### 掌握電商成長趨勢，強化數位生態圈。

- 於大型網購平台開站，擴大接觸消費者的機會。
- 擴大經營社群與會員服務，相較去年會員數成長約7倍。
- 以節目與網紅置入持續社群經營

3

### 運用既有經銷網絡，經營團購與直銷。



## 酒類事業

### 50度以上金門高粱

1

推廣「儲酒升值」概念



2

推出「緞金龍」  
滿足甜順型消費新客群



3

開發限量主題酒



## 酒類事業

### 其他酒類

1

#### 維持CHOYA成長動能

- CHOYA連續兩年成長20%以上。
- 2020IWSR調查資料，風味再製酒類第一品牌。
- 創造話題，推出聯名南高梅啤酒。



2

#### 擴大譽加葡萄酒集團合作範疇

- 執行多元產品戰略、布局全通路、塑造品牌精神等策略，2021年1-9月葡萄酒營收成長逾50%。



## 代工代銷



## 與立頓夥伴合作持續擴大奶茶銷量

### 1 品牌深耕有成

- YTD-Sep vs 2020 銷額成長率 +0.2%\*
- 2021奶茶品牌知名度No.1\*\*



### 2 疫情下，抓住EC商機

- 電商銷售 (熊貓超市、MOMO、PChome、ETMall)

momo 購物網

ONLINE PChome



ET Mall



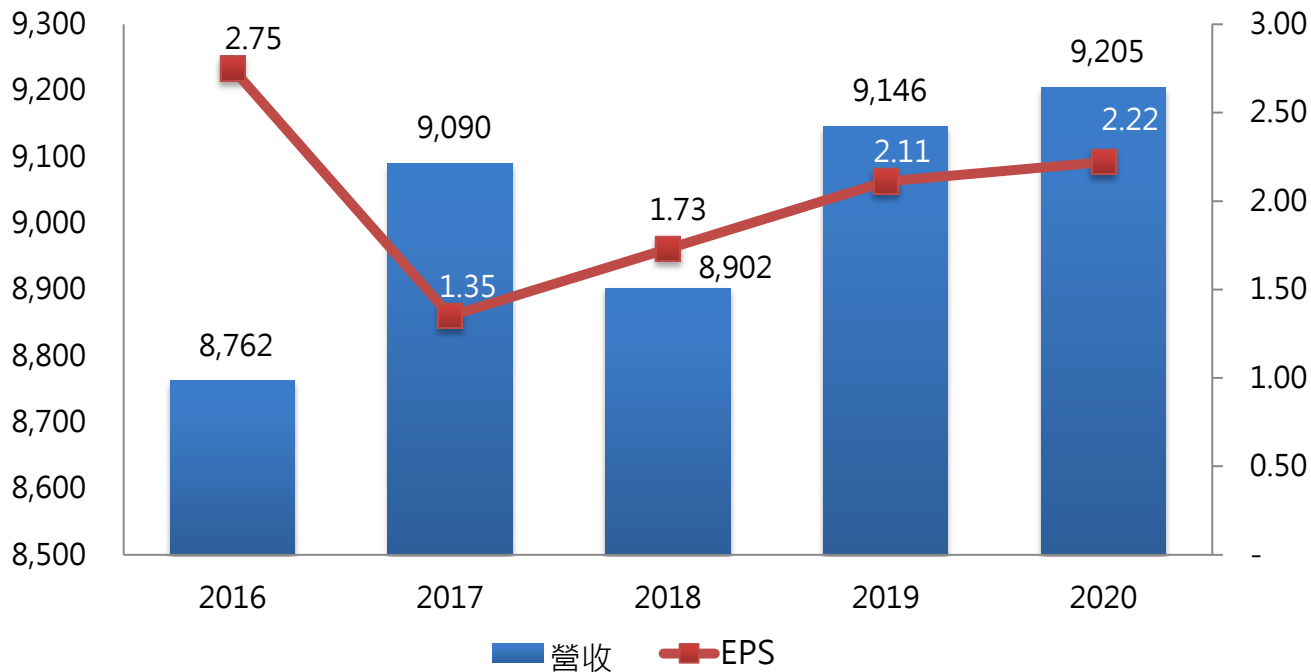
\*Source : Nielsen value share YTD-Sep in Ambient Milk Tea

\*\*Source : Toluna Tracker 2021

## 近五年營運概況

單位：新台幣百萬元

單位：新台幣元



● 2021前三季營業收入6,792百萬元，EPS 1.34元。



## 合併綜合損益表

<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2021年1-9月</u>	<u>2020年1-9月</u>
營業收入	\$ 6,792	\$ 6,869
營業成本	<u>(4,894)</u>	<u>(4,845)</u>
營業毛利	1,898	2,024
營業費用	<u>(1,451)</u>	<u>(1,529)</u>
營業淨利	447	495
營業外收入及支出	<u>243</u>	<u>316</u>
稅前淨利	690	811
本期淨利	<u>537</u>	<u>718</u>
每股盈餘(元)	<u>\$ 1.34</u>	<u>\$ 1.79</u>

## 合併資產負債表

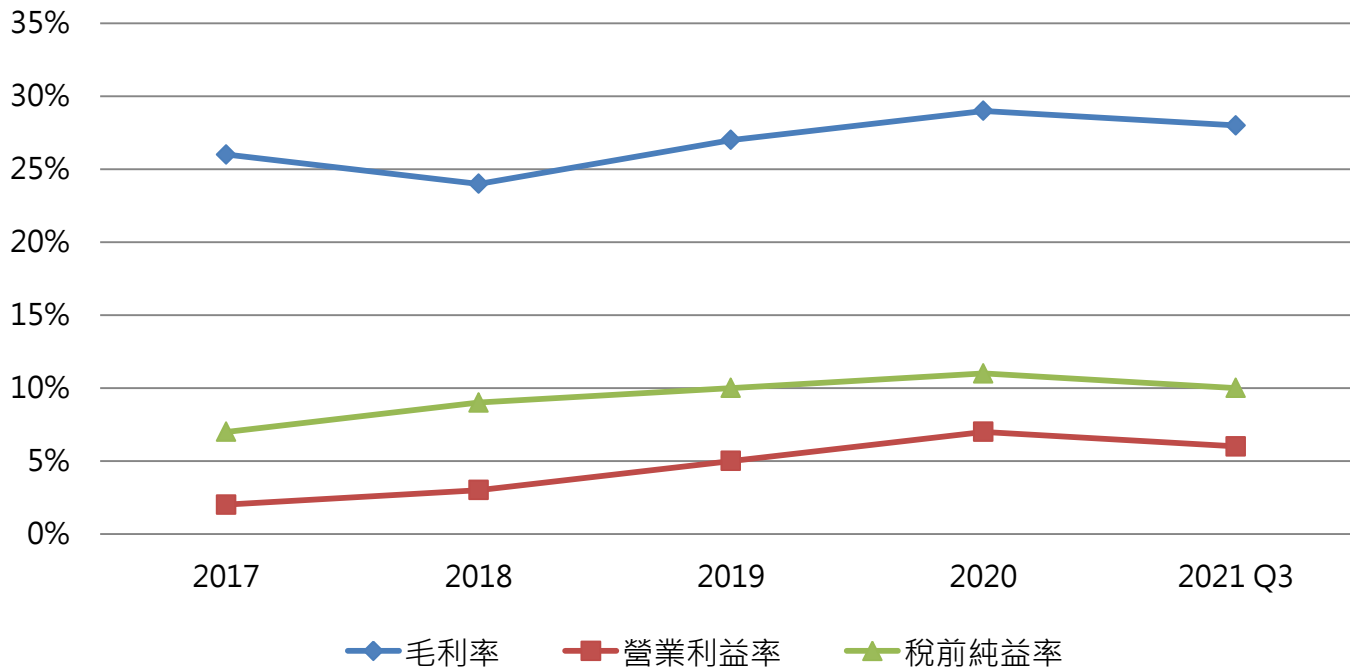
<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2021/09/30</u>	<u>2020/12/31</u>	<u>2020/09/30</u>
現金及約當現金	\$ 976	\$ 1,273	\$ 1,215
應收款項淨額	997	663	1,130
存貨	5,352	5,042	5,261
採用權益法之投資	790	736	721
不動產、廠房及設備	6,058	6,227	6,282
投資性不動產	7,640	7,664	7,673
<u>資產總計</u>	<u>22,892</u>	<u>22,211</u>	<u>22,793</u>
短期借款	1,500	850	1,450
<u>負債總計</u>	<u>5,013</u>	<u>4,143</u>	<u>4,889</u>
<u>權益總計</u>	<u>17,879</u>	<u>18,068</u>	<u>17,904</u>
<u>每股淨值(元)</u>	<u>\$ 44.5</u>	<u>\$ 45.0</u>	<u>\$ 44.6</u>

## 合併現金流量表

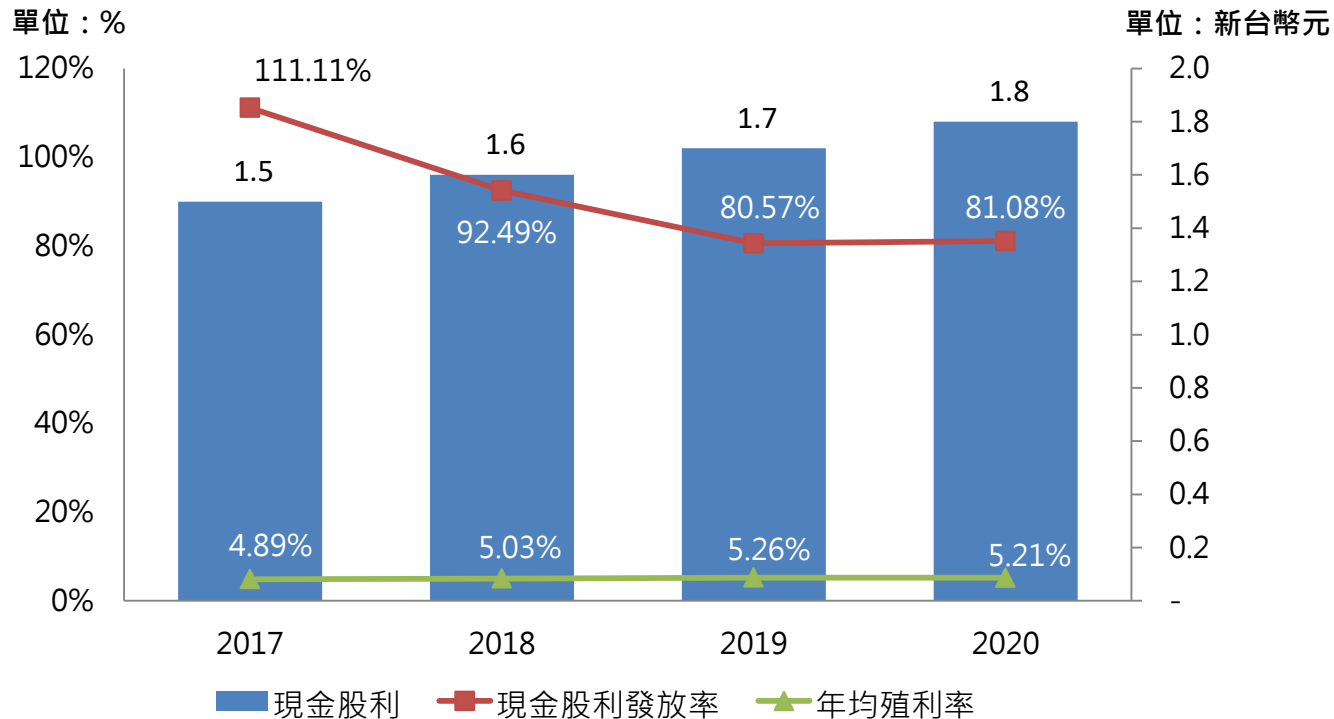
<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2021年1-9月</u>	<u>2020年1-9月</u>
營業活動之淨現金流入	\$ 369	\$ 705
投資活動之淨現金流出	(574)	(63)
籌資活動之淨現金流出	(89)	(648)
<u>匯率變動對現金及約當現金之影響</u>	<u>(3)</u>	<u>(1)</u>
<u>本期現金及約當現金減少數</u>	<u>(297)</u>	<u>(8)</u>
<u>期末現金及約當現金餘額</u>	<u>\$ 976</u>	<u>\$ 1,215</u>

## 近五年獲利表現

單位：%



## 股利政策



## 減碳

274.9 kg/公噸(總產量)

2020年每噸產品碳排放

## 持續邁向低碳經濟

-15%

2025年  
每噸產品碳排放

## 環境資源

4.34 噸

2020年每噸產品用水

## 積極響應資源永續

-10%      8%

2025年  
每噸產品用水

2022年  
完成建置契約容量  
之太陽光發電設備

## 環境教育

24%

累積服務桃園小學

25 校

黑松教育基金會輔導學校  
獲Eco-Schools認證校數



## 致力推動環境教育

40%      33 校

2025年  
累積服務桃園小學      獲Eco-Schools認證

# Q & A

