



黑松股份有限公司
HEYSONG CORP.
股票代碼:1234

2022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	547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	2022年1-9月	2021年
總體非酒精飲料市場 (億元)	463.13	580.1
茶類飲料	164.43	206.2
果蔬汁	42.36	55.5
咖啡飲料	43.40	56.7
碳酸飲料	43.40	51.7
礦泉水	28.06	32.0
運動飲料	29.00	31.6
其他非酒精飲料	112.48	146.0
黑松總體非酒精飲料市佔率	7.1%	7.3%

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

2021年成長率

50度以上金門高粱 3.0%

2022年成長率(至9月底)

50度以上金門高粱 0.9%



其他酒品銷售狀況

- 維持各代理酒品穩定銷售，
2022年1~9月 整體成長10%以上。
- CHOYA連續第三年維持雙位數以上成長。

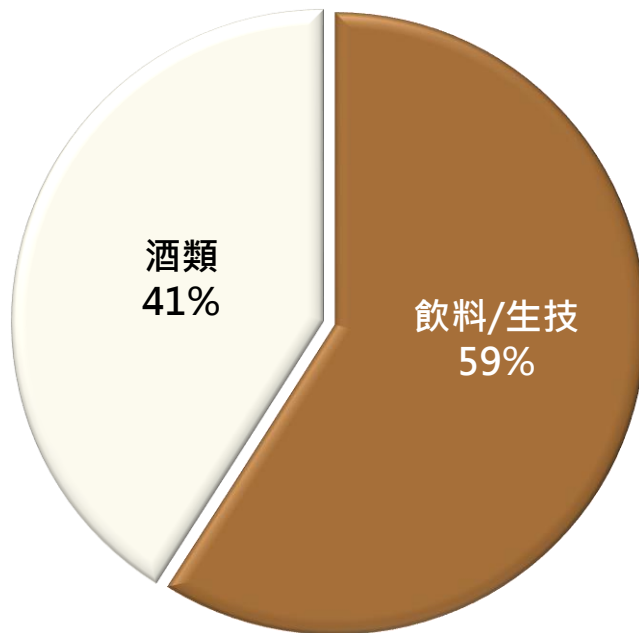


2022年1-9月產品別營收比重

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⁺

FIN

茶。尋味

韋恩咖啡
WINCOFFEE



黑松生技 H⁺

液態精華隨身包產品

黑松人蔘精



黑松葉黃素濃縮精



免疫力/順暢力益生菌產品

黑松L-137植物乳酸菌膠囊



黑松青汁酵素益生菌



提升體力/靈活力產品

黑松御樟芝複方膠囊



黑松龜鹿膠原精華膠囊



獎項認證

- 世界品質評鑑大賞 Monde Selection金獎-黑松人蔘精、黑松葉黃素濃縮精
- SNQ國家品質標章-黑松葉黃素濃縮精、黑松龜鹿膠原精華膠囊
- Anti Additive國際無添加驗證-黑松青汁酵素益生菌、黑松龜鹿膠原精華膠囊

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	650
	斗六廠	23,268	304	12,112	20
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	21
黑松資產公司	台北敦化段 (微風廣場)	5,115	3,953	22,345	910
	其他	1,142	97	512	3
	合計	74,612	7,107	67,729	1,604

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，2022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，2022年全年租金約5億3仟萬元。

黑松產品及銷售通路

產品	飲料	酒品	生技保健
<p>經銷商 (133家)</p> 	<p>直營/一般 特約/客集(鍊)</p>	<p>直營/一般 酒類/客集(鍊)</p>	<p>直營/客鍊</p>
<p>銷售通路 (37,300以上)</p> 	<p>連鎖通路 傳統客戶/自販機 電商平台/外銷</p>	<p>連鎖通路 傳統客戶 酒專/直銷/外銷</p>	<p>黑松生技H+ / 電商平台 直銷</p>

未來展望

落實三大營運方針 推動企業永續發展

三大營運方針

生活品牌、超越代理、進化銷售

2023年重點目標

推動綠色工廠、加速智能化生產、拓展保健事業，
落實三大營運方針，朝百年企業永續發展目標邁進。

目標策略項目

1. 爭取綠色工廠認證，持續落實節能減碳。
2. 推動生產電子化、加速智能化生產，提升營運效率。
3. 加速黑松生技佈局，創造產品健康價值。

綠色生產

秉持綠色理念 打造企業永續競爭力



綠建築
GREEN BUILDING



2015年8月取得

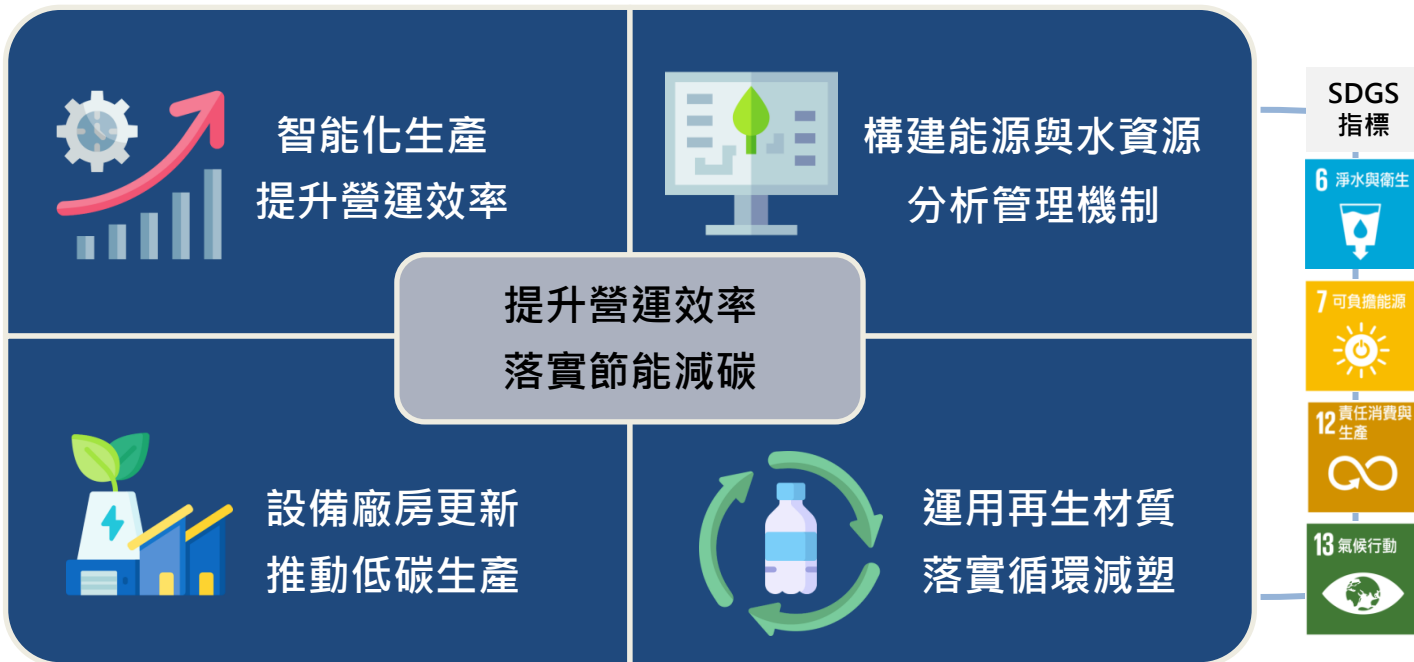


綠色工廠
GREEN FACTORY

預計2023年取得

綠色生產

推動節能、減碳、減塑 落實企業永續



生活品牌

多元創意行銷 提升品牌效益

1

加強在地連結，創造高媒體價值

- 全台10家「黑松沙士夢想特約店」
- 大稻埕「airC&C風格民宿」



2

創造數位體驗，會員數成長

- 首創自販機AR互動遊戲「動物擂台」
- 品牌數位操作帶動會員成長



生活品牌

黑松生技H+

以誠為本的全家人保健 追求天然潔淨無添加

- 追求無添加的潔淨保健食品
—Anti Additive國際無添加驗證
- 全家人的健康
- 自有原料開發



強化內容經營 與會員服務

- 健康研究所知識分享
- 會員獨家福利
- 第一方數據累積



OMO通路結合

- MOMO
- PChome
- 蝦皮
- 和泰購
- 誠品線上



超越代理

開拓50度以上金高新客源、新市場

1

以「儲酒升值」概念
提升產品價值



2

推廣「緞金龍」滿足新客群



3

開發主題酒 拓展新市場



超越代理

深耕酒類代理品項，拓展通路佈局

1

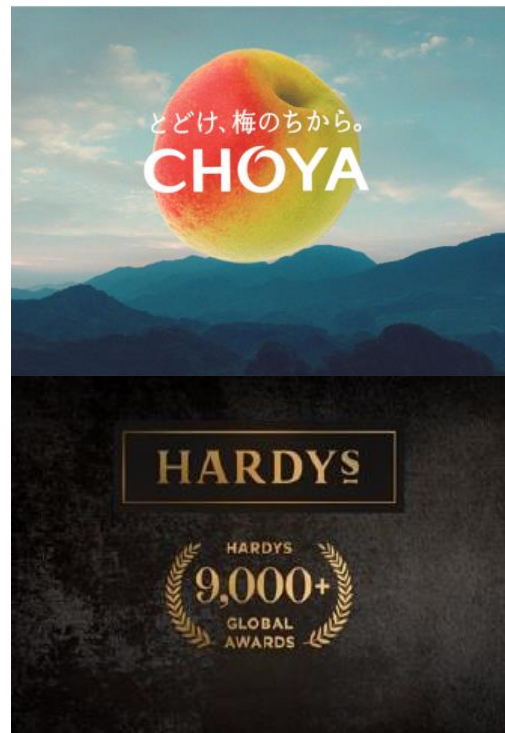
重點經營CHOYA及葡萄酒等品項

- CHOYA連續第三年成長雙位數以上。
- 持續擴展譽加葡萄酒市場，2022IWSR調查資料，譽加集團及夏迪品牌為進口量第一品牌。

2

爭取代理合作機會

- 跨足新品類酒品代理，提高經營綜效 並持續維持成長動能。



超越代理

持續與立頓夥伴合作擴大奶茶市場市佔率

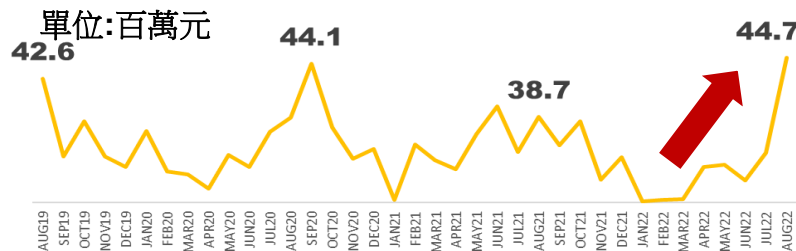
1 品牌深耕有成

- 舉辦全通路BT21聯名活動，成功整合線上線下操作，4月單月銷售額市佔率來到16個月以來新高點。



2 8月中元聯名活動

- 鎮瀾宮聯名活動透過通路卓越執行，8月鋁箔包銷售額創6年來新高點。



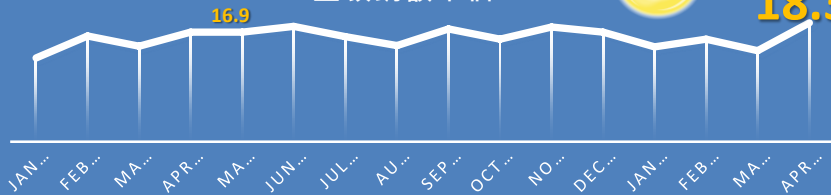
*Source : Nielsen data Aug in Ambient Milk Tea **Source : Toluna Tracker 2022

立頓銷額市佔



18.3

16.9



進化銷售

自販機數位創新



- 2023年底具開立發票功能機台，
占比提升至**20%**。
- 促銷優惠活動**再進化**，
提升購物體驗與競爭力。
- 導入**Apple Pay**、**Google Pay**
數位支付，推動行動智慧生活。

進化銷售

建立專屬社群經營 再創電商通路佳績

1

黑松電商通路社群經營

2

數位媒體精準投廣操作

3

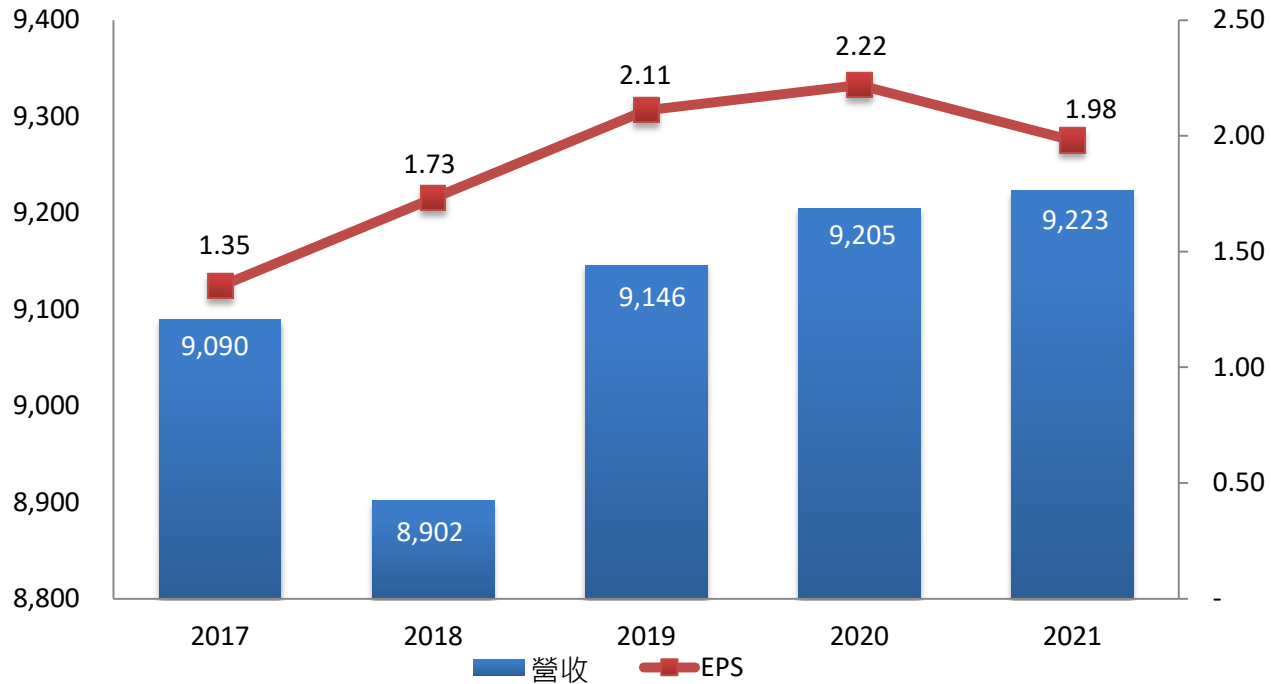
銷售業績成長 20% ↑



近五年營運概況

單位：新台幣百萬元

單位：新台幣元



■ 2022前三季營業收入6,965百萬元，EPS 1.73元。

合併綜合損益表

<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2022年1-9月</u>	<u>2021年1-9月</u>
營業收入	\$ 6,965	\$ 6,792
營業成本	<u>(4,973)</u>	<u>(4,894)</u>
營業毛利	1,992	1,898
營業費用	<u>(1,527)</u>	<u>(1,451)</u>
營業淨利	465	447
營業外收入及支出	<u>377</u>	<u>243</u>
稅前淨利	842	690
本期淨利	<u>694</u>	<u>537</u>
每股盈餘(元)	<u>\$ 1.73</u>	<u>\$ 1.34</u>

合併資產負債表

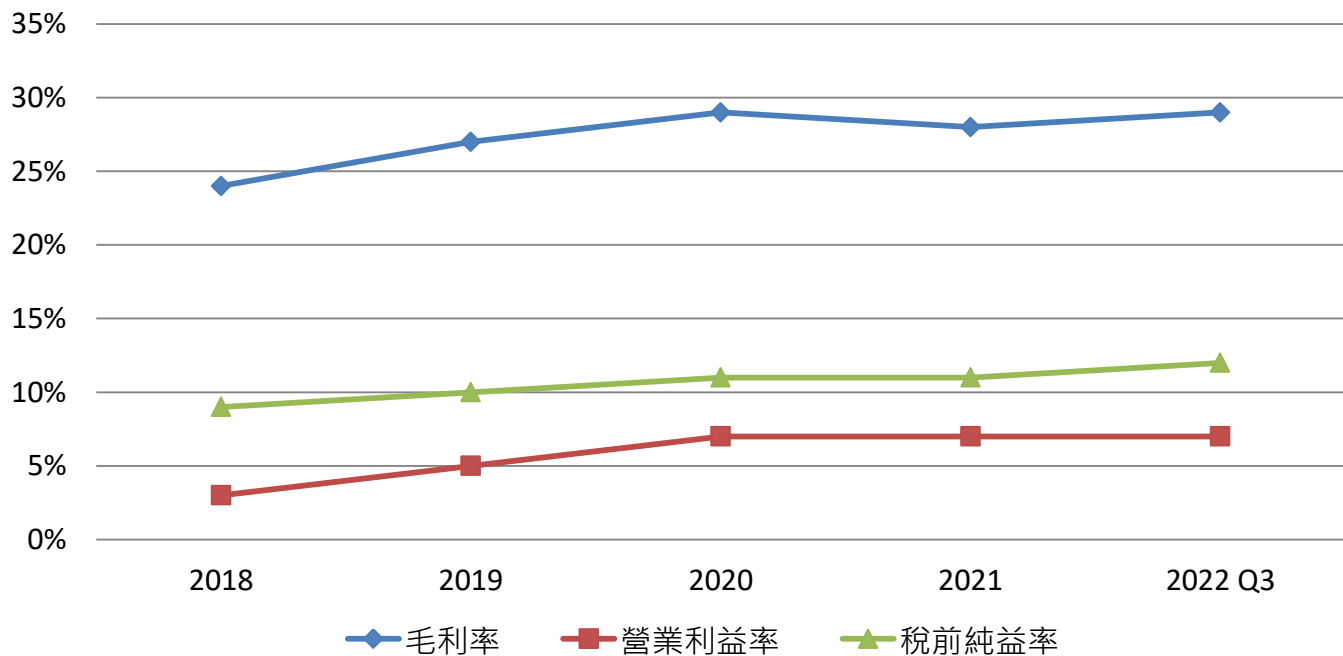
<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2022/09/30</u>	<u>2021/12/31</u>	<u>2021/09/30</u>
現金及約當現金	\$ 1,060	\$ 1,231	\$ 976
應收款項淨額	1,096	738	997
存貨	5,804	5,209	5,352
採用權益法之投資	825	850	790
不動產、廠房及設備	5,991	6,001	6,058
投資性不動產	7,609	7,632	7,640
<u>資產總計</u>	<u>23,404</u>	<u>22,788</u>	<u>22,892</u>
短期借款	1,598	1,100	1,500
<u>負債總計</u>	<u>5,244</u>	<u>4,644</u>	<u>5,013</u>
<u>權益總計</u>	<u>18,160</u>	<u>18,144</u>	<u>17,879</u>
<u>每股淨值(元)</u>	<u>\$ 45.2</u>	<u>\$ 45.1</u>	<u>\$ 44.5</u>

合併現金流量表

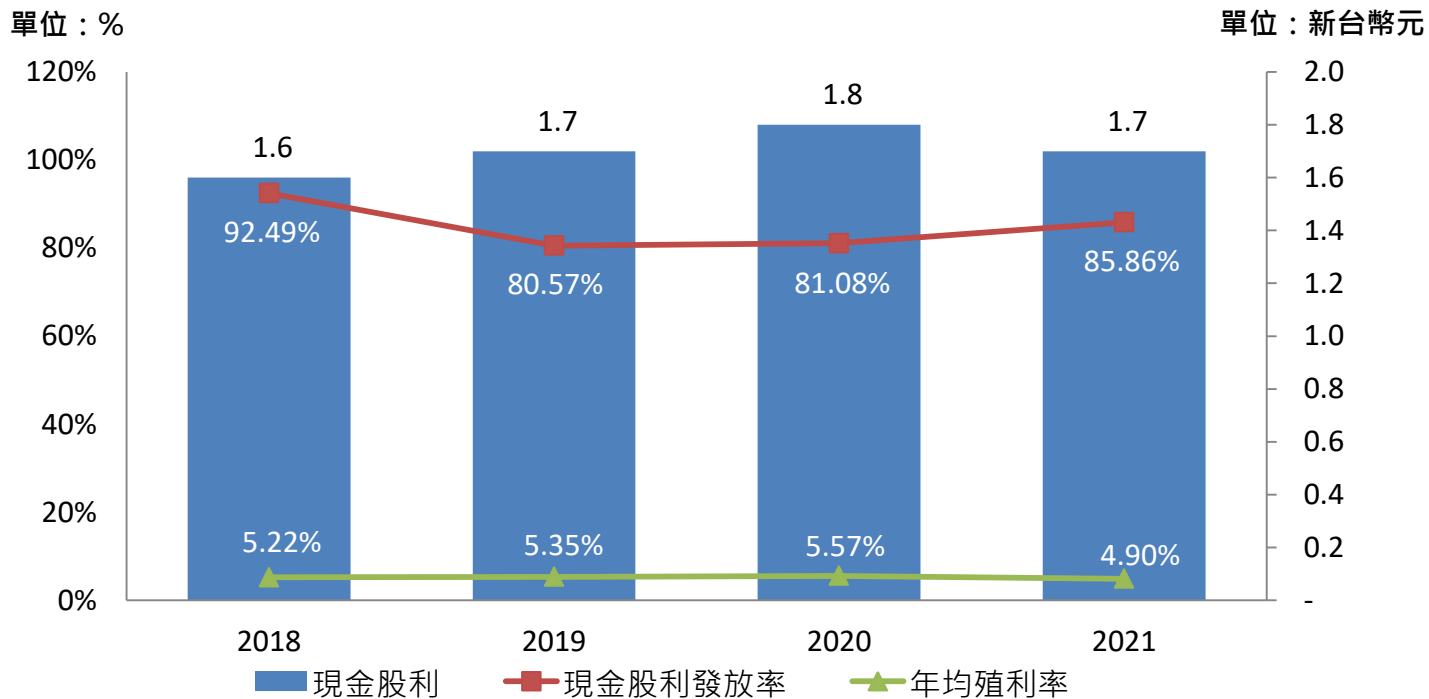
<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2022年1-9月</u>	<u>2021年1-9月</u>
營業活動之淨現金流入	\$ 151	\$ 369
投資活動之淨現金流出	(129)	(574)
籌資活動之淨現金流出	(200)	(89)
<u>匯率變動對現金及約當現金之影響</u>	<u>7</u>	<u>(3)</u>
<u>本期現金及約當現金減少數</u>	<u>(171)</u>	<u>(297)</u>
<u>期末現金及約當現金餘額</u>	<u>\$ 1,060</u>	<u>\$ 976</u>

近五年獲利表現

單位：%



股利政策



ESG實績

低碳生產

1,491.6 噸CO₂e

中壢廠溫室氣體排放年減總量

40,721 噸

中壢廠產品生產
年節水總量

74 噸

中壢廠廢棄物
年減總量

574 瓩

2022年完成建置
太陽光發電設備

連續8年

自2014年起連續8年獲環保署
表揚為綠色採購績優單位

安心飲食

100.6 噸

2021年含糖飲料產品生產減糖總量

7 項

2021年推出保健及健康概念新品數，
佔當年度新品數近5成

52 所

歷年來，桃園市189所公立小學中，
近3成與黑松合作各項環境教育計畫

公司治理



TAIWAN
STOCK EXCHANGE

優於80%

公司治理評鑑全體上市公司類別

TCSA 銅級獎

2021年永續報告書-餐飲及食品業第一類

社會回饋



15 所

2021年輔導夥伴學校取得
環保署臺美生態學校認證
綠旗4面、銀牌6面、銅牌5面

Q & A

