



---

黑松股份有限公司  
HEYSONG CORP.  
股票代碼:1234

2023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	566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、健康歡樂  
智能營運、友善環境

## 投資架構



## 台灣總體非酒精飲料市場規模與市佔率

品類 \ 期間	2023年1-9月	2022年
台灣總體非酒精飲料市場 (億元)	502	603
茶類飲料	184	218
果蔬汁	52	56
咖啡飲料	42	57
碳酸飲料	47	54
礦泉水	27	37
運動飲料	30	35
其他非酒精飲料	120	147
黑松總體非酒精飲料市佔率	7.2%	7.0%

資料來源：

(1) 台灣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

2022年成長率

50度以上金門高粱酒4%

2023年成長率(至9月底)

50度以上金門高粱酒22%



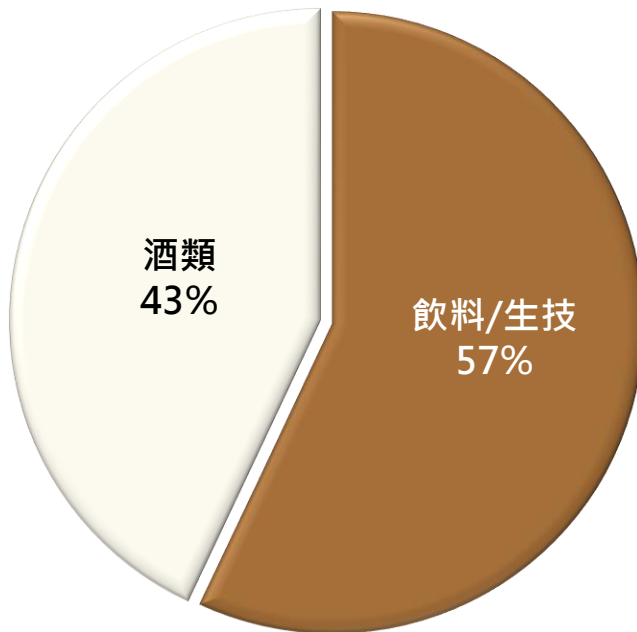


## 2023年1-9月產品別營收比重

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>

持續獲得國家健康食品認證、世界品質評鑑大賞 Monde Selection、SNQ國家品質標章、Anti Additive國際無添加驗證肯定

### 鋁箔條隨身包系列

#### 黑松人蔘精



榮獲「國家生技醫療品質獎」  
總統接見表揚

#### 黑松葉黃素濃縮精



#### 黑松青汁酵素益生菌



### 膠囊錠劑系列

#### 黑松御樟芝複方膠囊



#### 黑松龜鹿膠原精華膠囊



#### 黑松L-137植物乳酸菌膠囊



#### 黑松黃金B群錠



112年  
新品



## 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	653
	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	19
黑松資產公司	台北敦化段 (微風廣場)	5,115	3,953	22,345	880
	其他	1,142	97	512	2
	<b>合計</b>	<b>74,612</b>	<b>7,107</b>	<b>67,729</b>	<b>1,572</b>

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，2023年全年租金約4仟3百萬元。

台北敦化段(即微風廣場)均出租，2023年全年租金約5億4仟萬元。

## 黑松產品及銷售通路

產品	飲料	酒品	生技保健
<b>經銷商 (124家)</b> 	直營/一般 特約/客集(鍊)	直營/一般 酒類/客集(鍊)	直營/客鍊
<b>銷售通路 (37,600以上)</b> 	連鎖通路 傳統客戶/自販機 電商平台/外銷	連鎖通路 傳統客戶 酒專/直銷/外銷	藥妝/連鎖通路 黑松生技H+ /電商平台 直銷

## 2023三大營運方針成果

 生活品牌

 超越代理

 進化銷售

## 生活品牌

## 貼近消費者生活 打造「健康歡樂」品牌體驗

### 健康



喝水不夠，喝FIN就好。

- FIN等滲透壓，健康無負擔
- 添加L-137提供孩子健康選擇



## 生活品牌

# 貼近消費者生活 打造「健康歡樂」品牌體驗

## 歡樂



想做的事情，做就對了。

- 遊戲/調酒跨界聯名
- 年輕挑戰活動





## 生活品牌

## 黑松生技H+

## 提供全家人的優質健康生活

### 以誠為本 照顧全家人的健康

- 追求安心又潔淨的保健  
—陸續取得Anti Additive國際無添加驗證、SNQ等標章
- 品項滿足全家人的保健需要



### 健康資訊與專屬優惠 會員互動式服務

- 黑松健康研究所提供科普衛教
- 提供會員獨享福利
- 強化與會員連結互動



### 消費者愛用的通路 全面布局

- 自有官網電商
- 電商平台(Momo東森)
- 大樹藥局
- 屈臣氏
- 全家、愛買



## 超越代理

## 創新50度以上金高品牌價值、開發新客群

1

打造瓶陳老酒第一品牌  
「58金高千日醇」



2

跨界開發「桶陳高粱酒」  
滿足新客群



3

開發限量主題酒  
拓展新市場

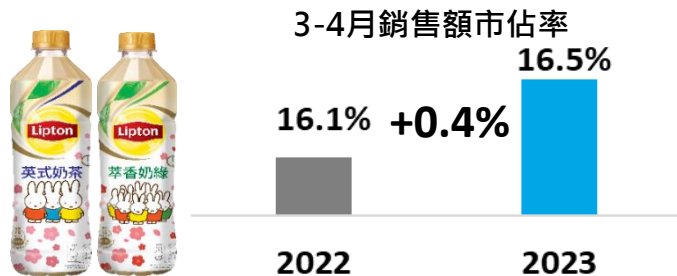


## 超越代理

## 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

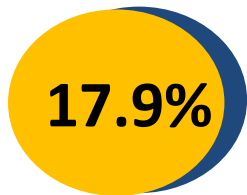
- 2023年3-4月Miffy聯名活動成功整合線上線下操作，銷售市佔相較去年同期高出+0.4%。



### 2 新品醇奶茶歐蕾搶攻高價奶茶市場

- 2023年醇奶茶歐蕾新品成功上市，整體品牌1-9月銷售市佔相較去年同期高出+1.5%。

1-9月銷售額市佔率



相較去年+1.5%



## 進化銷售

## 電商資源整合 強化全方面購買體驗

### 實體通路-電商



通路行銷 資源整合

YTD 9/30  
+12%

### 純電商



## 低碳永續

## 精實綠色生產 實現低碳變革

### 2022年實績



■ 12月申請，並於2023年取得飲料業第一家『綠色工廠標章』

■ 完成建置574瓩太陽光發電系統，全年發電可達60萬度以上

■ B#17寶特瓶碳酸生產線量產，預估年節省電量167萬度，減少碳排850噸 CO<sub>2</sub>e

## 低碳永續

## 精實綠色生產 實現低碳變革

未來：達成2030年全公司碳排放  
相較2021年減少**30%**



優化能資源使用與  
智能生產提升能效與績效



構建能源與水資源  
分析管理機制

建構企業永續文化  
提倡員工減碳共識



持續導入國際標準  
推動低碳生產



運用再生材質  
落實減塑減廢

SDG  
指標

6 淨水與衛生



7 可負擔能源



12 責任消費與  
生產



13 氣候行動



## 1. 佈局飲料利基市場

拓展銀髮族市場(植物機能飲品)

---

## 2. 擴展酒品代理事業

擴增酒品新品類(水果酒、威士忌)

---

## 3. 拓展保健事業規模

增加保健產品線(女性保健品)

---

## 4. 加速生產減碳進程

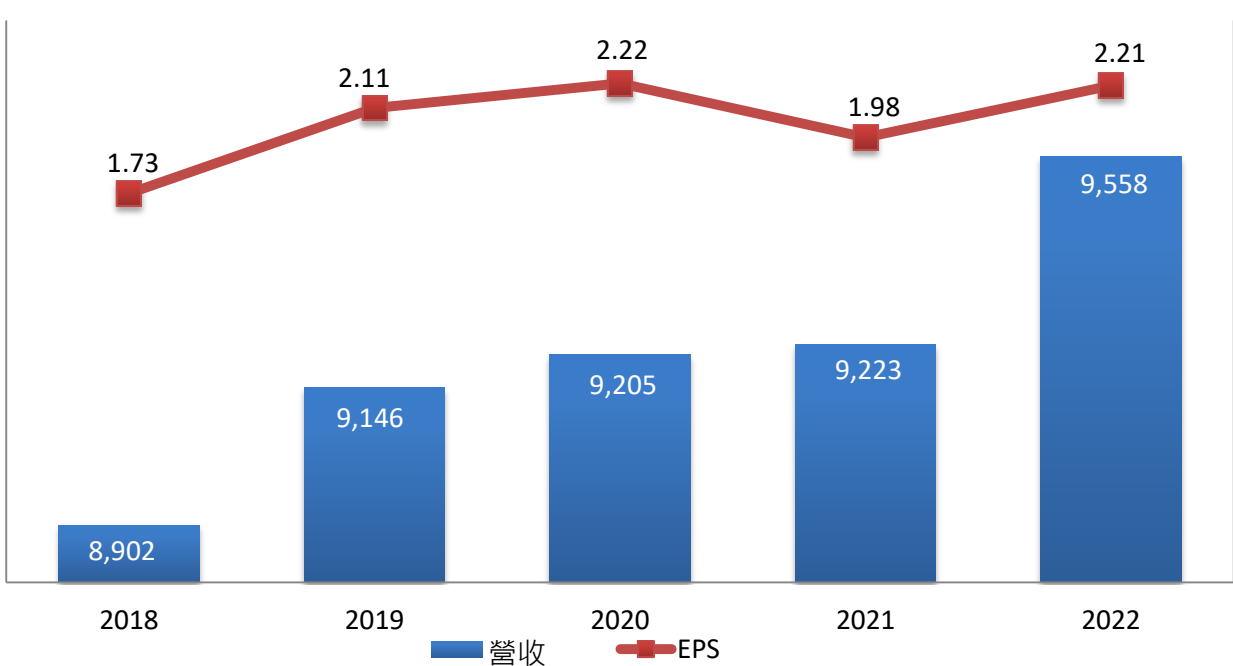
主力飲料產品取得碳足跡標章(3項→11項)

---

## 近五年營運概況

單位：新台幣百萬元

9,800  
9,700  
9,600  
9,500  
9,400  
9,300  
9,200  
9,100  
9,000  
8,900  
8,800



單位：新台幣元

2.50  
2.00  
1.50  
1.00  
0.50  
-

■ 2023前三季營業收入7,964百萬元，EPS 1.92元。



## 合併綜合損益表

<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2023年1-9月</u>	<u>2022年1-9月</u>
營業收入	\$ 7,964	\$ 6,965
營業成本	<u>(5,682)</u>	<u>(4,973)</u>
營業毛利	2,282	1,992
營業費用	<u>(1,682)</u>	<u>(1,527)</u>
營業淨利	600	465
營業外收入及支出	<u>376</u>	<u>377</u>
稅前淨利	976	842
本期淨利	<u>774</u>	<u>694</u>
每股盈餘(元)	<u>\$ 1.92</u>	<u>\$ 1.73</u>

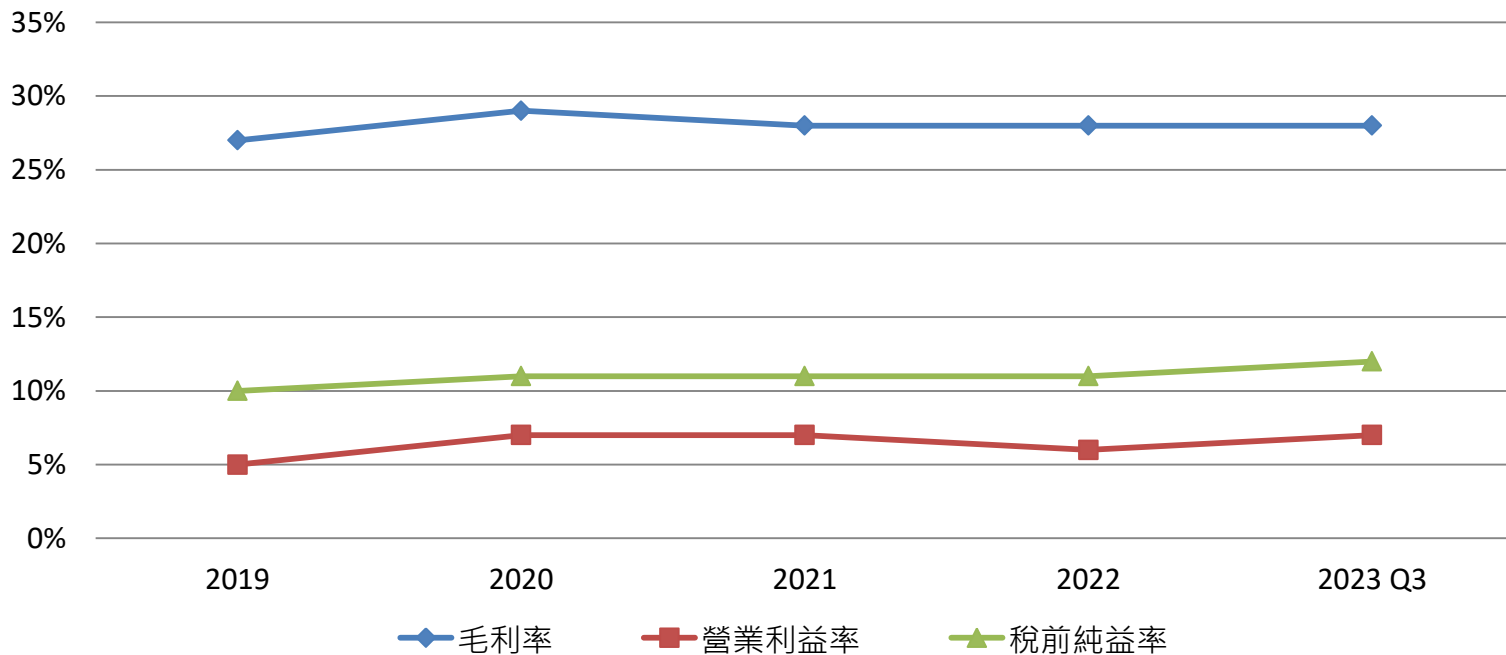
## 合併資產負債表

<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2023/09/30</u>	<u>2022/12/31</u>	<u>2022/09/30</u>
現金及約當現金	\$ 1,252	\$ 977	\$ 1,060
應收款項淨額	1,320	789	1,096
存貨	5,521	5,444	5,804
採用權益法之投資	785	806	825
不動產、廠房及設備	5,920	5,939	5,991
投資性不動產	7,578	7,601	7,609
<u>資產總計</u>	<u>23,113</u>	<u>22,759</u>	<u>23,404</u>
短期借款	1,000	950	1,598
<u>負債總計</u>	<u>4,717</u>	<u>4,414</u>	<u>5,244</u>
<u>權益總計</u>	<u>18,396</u>	<u>18,345</u>	<u>18,160</u>
<u>每股淨值(元)</u>	<u>\$ 45.8</u>	<u>\$ 45.6</u>	<u>\$ 45.2</u>

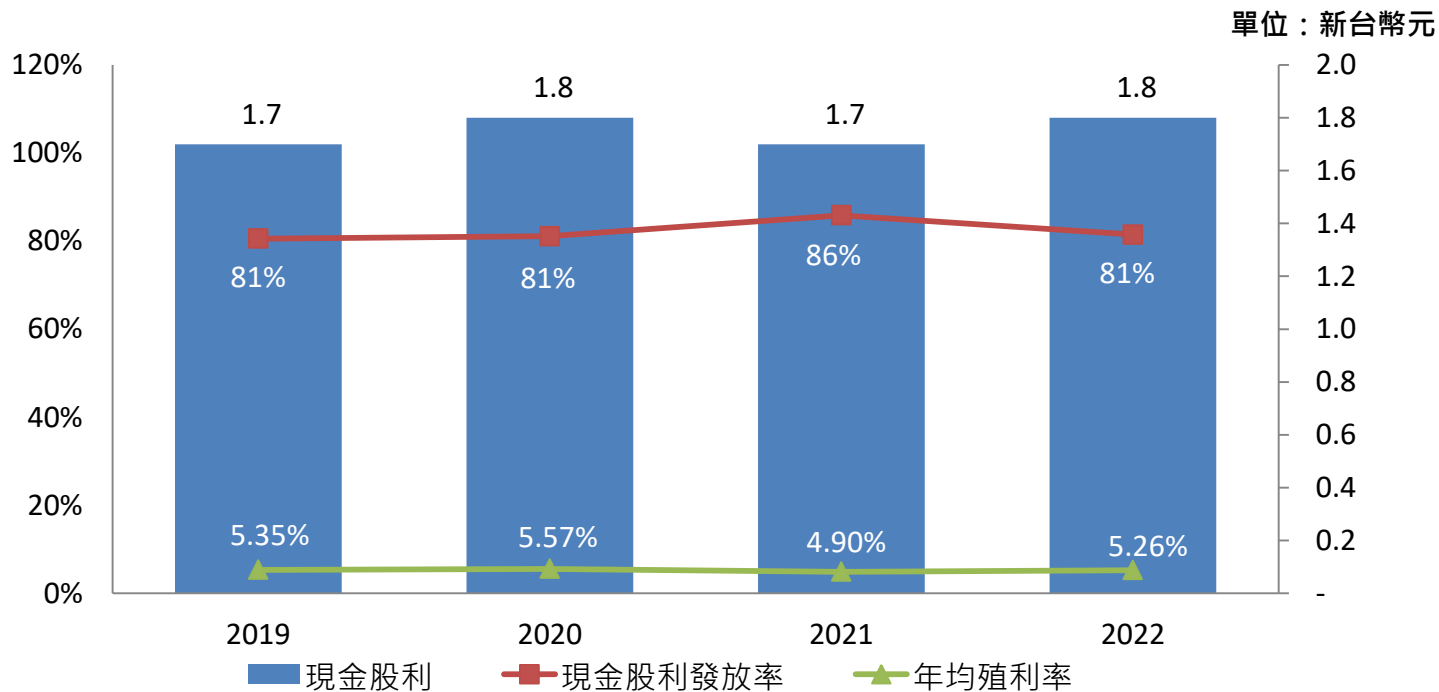
## 合併現金流量表

<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2023年1-9月</u>	<u>2022年1-9月</u>
營業活動之淨現金流入	\$ 765	\$ 151
投資活動之淨現金流入(出)	198	(129)
籌資活動之淨現金流出	(688)	(200)
<u>匯率變動對現金及約當現金之影響</u>	<u>-</u>	<u>7</u>
<u>本期現金及約當現金增加(減少)數</u>	<u>275</u>	<u>(171)</u>
<u>期末現金及約當現金餘額</u>	<u>\$ 1,252</u>	<u>\$ 1,060</u>

## 近五年獲利表現



## 股利政策



# ESG實績

## 低碳生產

84,239度

11月起至12月之2個月  
再生能源使用量

850 噸 CO<sub>2</sub>e

汰舊換新B#17生產線  
預估年節電量 167 萬度  
之約當減碳量

27,763噸

中壢廠產品生產  
年節水總量

292噸

中壢廠廢棄物  
年減總量

連續9年

自2014年起連續9年獲環保署  
表揚為綠色採購績優單位

## 安心飲食

53噸

黑松沙士減糖1%之減糖總量

2項

保健2項產品  
新增取得「國家品質標章」



綠色工廠  
GREEN FACTORY

飲料業第一家

2023年取得「綠色工廠標章」

## 公司治理



TAIWAN  
STOCK EXCHANGE

排名第2級距，優於全體80%

公司治理評鑑全體上市公司類別



SASB  
STANDARDS

Now part of IFRS Foundation

採用 SASB 指標

提升永續資訊揭露品質

黑松教育基金會  
成立 **10** 週年

讓孩子以在地為榮，實現環境與社會永續！

Develop community pride. Take pride in the community!

影響力

夥伴學校 **58** 桃園市公立小學186校  
夥伴校數佔比31.1%

參與師生 **45000+**

三大專案

愛地兒  
點子計畫

46所小學  
提出114個環境提案

綠校園  
生態計畫

28所小學  
獲得臺美生態學校認證  
11面 19面 27面  
桃園市綠旗數全國第一

尋耕  
課程計畫

3所小學  
開發3套校本特色課程

永續未來

深耕桃園

使桃園成為  
環境特色教育基地

擴散全臺

串聯NGO  
發揮影響力

# Q & A

