

特力(2908:TT)

2024年第二季投資人報告資料

September 2024

 **TESTRITE**
特力集團

法律聲明

- 特力股份有限公司於本次簡報中所提供的訊息(包括所有前瞻性聲明forward-looking statements)均有可能因新訊息、未來事件發生或其他原因而有變化，本公司並不承擔任何關於本簡報中訊息之更新或更正的責任
- 本簡報中所提出之前瞻性聲明與實際結果可能具有差異，並非明示或暗示之保證所提供的訊息具正確性、完整性或可靠性，也並非指標對公司、市場所提出的正式聲明。
- 2013年1月1日起，本公司已採用國際會計準則理事會所發行的國際會計準則(IFRS)、並經中華民國金融監督管理委員會(FSC)認可並發佈生效。本公司依據國際會計準則出具年度及期中合併財務報告，唯臺灣所採用之國際會計準則與原先採用的一般公認會計原則之間會存在重大差異，故2013年的財務數位與先前發佈的中華民國一般公認會計準則下的財務資訊相比可能存在重大差異。

何采容
特力集團營運長
TEL:886-2-8791-5888

張嘉宏(如有額外資訊需求請聯絡)
特力(股)公司投資人關係管理部暨代理發言人
TEL: 886-2-8791-5888 ext.5041
Email: Eric-JH.Chang@testritegroup.com

林素玲
特力(股)公司財務資深副總經理暨發言人
TEL: TEL:886-2-8791-5888

陳玄臻
投資人關係部主任
TEL:886-2-8791-5888 ext.5936
Email: investor@testritegroup.com

報告人



何采容

Robin Ho

特力集團營運長

特力集團成功數位轉型的重要推手。2000年加入特力公司，先後負責專案管理、法務、人力資源、貿易營運、資訊系統、資料分析等工作，帶領特力屋零售事業群發展社區店，成功實現各通路線上線下整合，為集團永續發展打開新格局。

- 臺北市內湖區新湖三路23號6樓
特力集團總部
- Tel: 886-2-87915888
- Fax: 886-2-87915987
- Robin.ho@testritegroup.com
- <http://www.testritegroup.com>

學歷：

南加大企業管理系

現職：

- 特力(股)公司董事
- 特力屋(股)公司董事
- 特力(股)公司營運長

專長：

- 企業策略發展與戰略規劃
- 零售/貿易營運管理
- 數位商務及資料探勘
- 組織發展與變革

會議議程

- 集團介紹
- 財務表現
- 貿易事業發展重點
- 零售事業發展重點
- 核心能力、價值創造

集團介紹

 **TESTRITE**
特力集團

特力集團創辦人



何湯雄先生(Tony Ho)
特力集團總裁



李麗秋女士(Judy Lee)
特力集團董事長暨CEO

永續經營，創造永續價值



李麗秋女士(Judy Lee)
特力集團董事長暨CEO

”

特力集團一向致力永續經營、健康成長，我們不斷檢視組織策略，聚焦公司資源發展有價值、具未來性的事業，以靈活、快速應對市場變化；這是特力四十多年來穩健引領居家產業的成功祕訣。

特力自我期許以負責任的態度，與所有利害關係人及合作夥伴共好、共成長，我們與時俱進，督促自己不斷進步。

專注貿易及零售雙核心本業

特力零售事業群

家家飾

HOLA和樂家居(25)、HOLA Petite(3)、hoi好好生活(13)

居家修繕

TLW特力屋(28)、特力屋社區店(36)

床墊寢具

Reve(5)、WEDGWOOD (11)、FRETTE(1)

全方位居家 整合服務

DÉCOR House (4)

品牌代理

JOYOUNG、WMF、WINIX、TOSHIBA

特力貿易事業群

五金工具

手工工具、電動工具、五金配件、
汽車用品、汽車配件、園藝工具

衛浴收納

衛浴用品、收納用品
旅行箱包、旅行用品

文具用品

文具用品、室內傢俱、辦公用品、
辦公傢俱、電腦桌、電腦配件

代理事業

起居用品

家用電器、家用燈飾、家廚用品、
家飾用品、家紡用品

季節性商品

節慶飾品、聖誕飾品
派對用品

戶外商品

戶外傢俱、園藝用品、烤肉用品
露營用品、健身運動用品

進口事業

市場佈局

台灣

美洲

歐洲

紐澳

東南亞

印度

附屬事業群

設計團隊

產品設計、包裝設計、工業設計

中欣實業

賣場、辦公大樓及社會住宅興建、物業管理

物流/倉儲服務

台灣、美國、歐洲、越南

Note :以上門店統計截至2024年6月

引領家的產業



2008

向Kingfisher集團購回50%特力屋
合資股權

2004

設立HOLA China (HOLA特力屋)

2001

享譽國際名列富比士雜誌 (Forbes)-
The Best 200 Small Companies

1998

設立特力和樂HOLA Taiwan – 家居家飾

1995

設立B&Q特力屋Taiwan – 居家修繕

1993

股票於臺灣證券交易所掛牌上市
(2908TT)

1987

特力公司成立 (專營手工工具出
口的貿易公司起家)

2016

特力屋新概念綠建築賣場 – 西屯店開幕

2015

代理品牌Crate & Barrel在臺灣首間
旗艦店開幕

2014

設立上海自貿區物流中心;
買回德國各分支公司股份

2013

併購利台國際股份有限公司

2012

出售69%東隆股權 ; 買下49%TRPC股權

2011

特力家居南崁店開幕

2010

順利完成零售通路四合一計畫

2023

強化東南亞供應鏈
擴大投資印度採購團隊

2022

擴大越南投資 增加採購資源

2021

特力屋通路首度進軍離島

2020

拓展特力屋社區店

2019

HOLA China撤出中國;
佈局東南亞供應鏈;
強化美國物流佈局

2018

推出全新通路品牌「hoi! 好好生活」

2017

整合零售各通路資源
「特力家購物網」上線

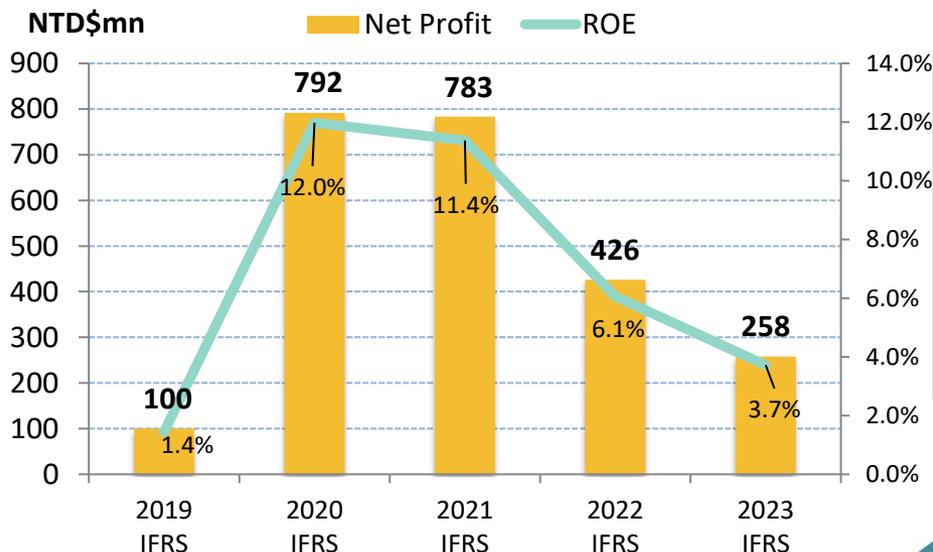
財務表現

追求股東最佳利益

股東權益報酬率穩定

- 特力集團長期獲利穩定，符合股東最佳利益。
- 2018年及2019年因和樂中國閉店，2023年則受全球去庫存、高通膨衝擊影響導致ROE的下降，但集團仍持續投資及精進本業發展，創造正向循環，以穩健步伐追求佳績，回應股東期許。

TR Group ROE & Net profit



強化公司治理，提高資訊揭露透明度

- 特力公司於臺灣證券交易所/櫃買中心共同主辦之111年度公司治理評鑑，排名列於21%~35%。
- 參照上市公司編製與申報永續報告書作業辦法、**GRI永續報告準則**、永續會計準則委員會制定的**SASB準則**及**TCFD**編製永續報告書。
- 呼應**聯合國永續發展目標 (SDGs)**，揭露管理方針與績效。
- 2022特力集團永續報告書由PWC出具確信報告
- 成立**公司治理及永續發展委員會**(功能性委員會)與**公司治理及永續發展執行委員會**加強永續管理。

廉潔承諾

全體員工/供應商**100%**完成廉潔承諾書簽署

利害關係人議合

發行英文版永續報告書，加強利害關係人議合。

參與國際問卷

參與多項國際性永續問卷，善盡揭露職責。

屹立百大服務企業37年，穩居貿易之冠

- 自1986年來，特力連續37年屹立於台灣百大服務業榜單（僅有12家服務業入榜）
- 特力集團亦被《天下雜誌》評為台灣30家「大、久、穩」的優質企業之一
- 外在環境變化考驗應變力，疫情期間被評為逆境贏家。
- 特力不畏挑戰、穩健成長，穩居貿易類別冠軍企業。



三十年來
誰是贏家？

2000

排名	1986	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
台灣電力	1	1	1	1	2	2	2	1
中華電信	2	8	10	11	11	13	13	11
中華航空	3	13	13	14	17	18	18	14
長榮海運	4	14	14	12	12	4	3	9
陽明海運	7	15	16	15	13	8	8	18
交通部鐵路管理局	8	59	62	62	72	104	75	58
台灣自來水	13	53	56	55	54	62	62	59
遠東百貨	14	38	41	44	45	54	54	53
和泰汽車	17	11	11	10	9	11	12	8
中鼎工程	33	25	28	30	33	32	24	22
萬海航運	37	29	25	22	22	12	11	23
特力	43	41	40	43	40	39	48	55

2023年財務資訊

營業收入(YoY)

2023: -5.3%

2022: -14.5%

受到國際通膨及升息壓力持續影響、烏俄戰爭膠著等多重之挑戰，全球貿易供應鏈和台灣的零售居家產業均受到挑戰，導致營收較同期下降

毛利率

2023: 25.1%

2022: 24.3%

受惠於產品組合優化，毛利率較去年同期增加0.8%。

稅前淨利率

2023: 0.7%

2022: 1.1%

因2023年營收減少，致稅前淨利率較去年同期減少0.4%。

(新台幣/百萬元)	2023	2022	年增(減)率%
營業收入	35,411	37,409	-5.3%
營業成本	(26,518)	(28,306)	-6.3%
營業毛利	8,892	9,103	-2.3%
營業費用	(8,422)	(8,906)	-5.4%
營業利益	470	197	138.6%
營業外收(支)	(209)	227	-192.0%
稅前淨利	261	424	-38.5%
本期淨利	281	452	-37.9%
其他綜合淨利	41	278	-85.1%
本期綜合淨利	322	730	-55.9%
淨利歸屬於本公司業主	258	426	-39.5%
(新台幣/元)			
基本每股盈餘	0.52	0.86	-39.5%
稀釋每股盈餘	0.52	0.86	-39.5%
毛利率	25.1%	24.3%	0.8%
營業利益率	1.3%	0.5%	0.8%
稅前淨利率	0.7%	1.1%	-0.4%
稅後淨利率	0.7%	1.1%	-0.4%

2024Q2財務資訊

營業收入(YoY)

2024Q2: 7.5%
2023Q2: -10.1%

第二季營收端借助於貿易事業體因歐美零售商需求增加，出貨金額持續成長帶動整體營收向上攀升。

毛利率

2024Q2: 24.6 %
2023Q2: 23.0 %

受惠於產品組合優化，毛利率較去年同期增加1.6%。

營業利益率

2024Q2: 2%
2023Q2: 0.4%

受惠於到營收之成長，營業利益率較去年同期增加1.6%。

(新台幣/百萬元)	2Q24	2Q23	年增(減)率%	2024H1	2023H1	年增(減)率%
營業收入	9,857	9,167	7.5%	18,945	17,884	5.9%
營業成本	(7,430)	(7,056)	5.3%	(14,177)	(13,456)	5.4%
營業毛利	2,427	2,111	14.9%	4,768	4,428	7.7%
營業費用	(2,228)	(2,072)	7.5%	(4,349)	(4,130)	5.3%
營業利益	199	39	409.0%	419	298	40.5%
營業外收(支)	(132)	(12)	990.2%	(184)	(39)	371.4%
稅前淨利	67	27	147.7%	235	259	-9.3%
本期淨利	46	70	-34.0%	178	233	-23.7%
其他綜合淨利	54	(1)	-7488.0%	171	10	1695.9%
本期綜合淨利	100	69	44.3%	349	243	43.6%
淨利歸屬於本公司業主	100	66	50.4%	227	223	1.4%
(新台幣/元)						
基本每股盈餘	0.20	0.13	-53.8%	0.46	0.45	2.2%
稀釋每股盈餘	0.20	0.13	-53.8%	0.46	0.45	2.2%
毛利率	24.6%	23.0%	1.6%	25.2%	24.8%	0.4%
營業利益率	2.0%	0.4%	1.6%	2.2%	1.7%	0.5%
稅前淨利率	0.7%	0.3%	0.4%	1.2%	1.4%	-0.2%
稅後淨利率	1.0%	0.7%	0.3%	1.2%	1.2%	-0.1%

貿易事業

全球佈局、強化供應鏈

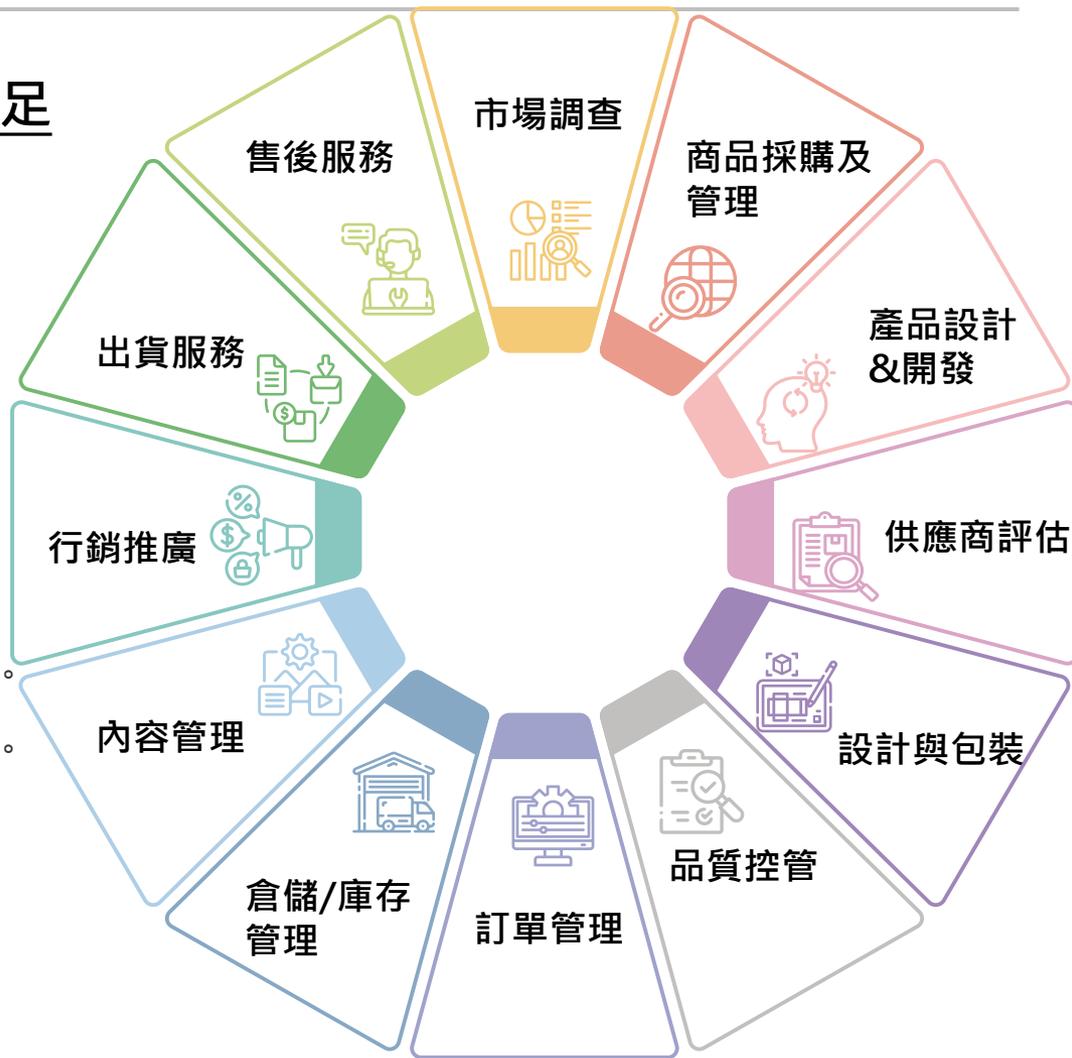
- 特力在**8國家/地區**設有**12個營運據點**、**5座物流中心**，橫跨歐美亞各大洲，落實全球佈局、在地經營。
- 於**臺灣、美西、美東、德國**等地建置物流中心，為集團客戶提供穩定物流配貨、倉儲及管理服務。
- **供應鏈南向東南亞**，擴大投資越南及印度，強化東南亞及全球採購能力，深化內外部客戶服務。



建立模組化專業服務

創新整合、靈活客製、一站滿足

- 長期追求專業服務，特力深入經營每個服務環節並建構成一個個專業服務模組，成功發展出以專業模組為基礎的全方位創新整合服務公司。
- 特力的客戶可以彈性選擇一站式全方位解決方案，亦可根據需求借重特力的特定服務模組，靈活因應產業變化。特力是提供最高附加價值的貿易夥伴。
- 長期服務全球大型零售商；特力為Walmart手工工具類銷售顧問，與美國Hillman策略聯盟，榮獲O'Reilly年度最佳供應商。

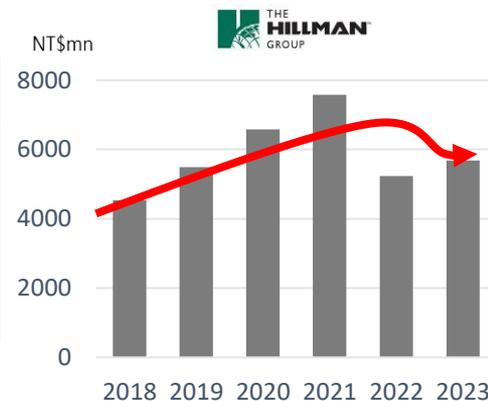
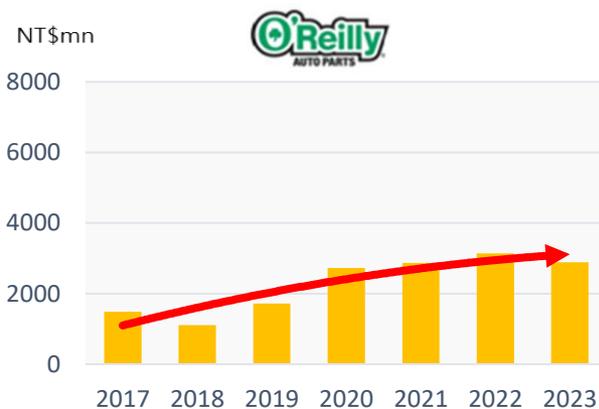
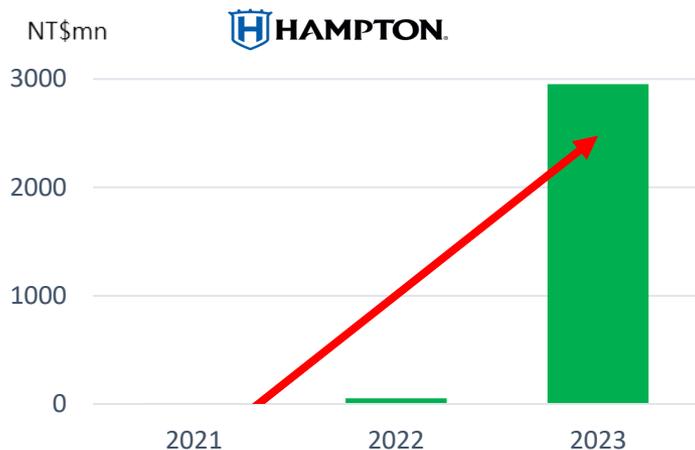
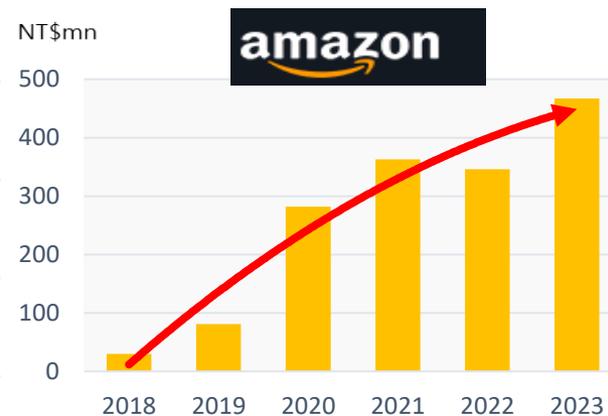


深耕國際大型零售商

建立長期穩固服務關係，提供全方位服務，締結策略合作夥伴。

貿易業務

- 貿易事業憑藉著專業的全球採購經驗，即使在嚴峻的外在環境挑戰下，出貨仍穩定且順暢，深得貿易客戶們的信任。
- 貿易、代理、進口已成為特力貿易三大業務成長動能。



(出貨量)

零售事業

以顧客為中心之產業佈局

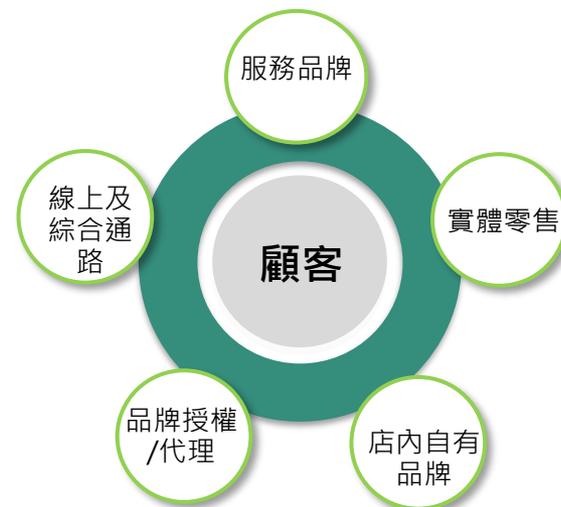
家的大小事，一輩子都是特力的事。

從硬裝到軟裝，從居家設計、裝潢、修繕到佈置 / 裝飾，從線下到線上，特力集團以顧客及每個家庭為中心，提供完整的商品和服務，為台灣消費者構築夢想家園、提升居家品質。

發展策略

- ▶ 強化客戶體驗，促進健康居家生活。
- ▶ 發展社區店，貼近客戶生活圈。
- ▶ 整合線上線下，發展通路品牌。
- ▶ 引進國際品牌，開創聯名商機。

Note : 全台合計擁有約150個零售據點



HOLA

特力家居 DECOR HOUSE

以顧客為中心之產業佈局

Home Improvement

(居家修繕)



Home Decoration

(家居家飾)

HOLA



Product Agency



Franchise /License

WEDGWOOD
ENGLAND 1759



Réve

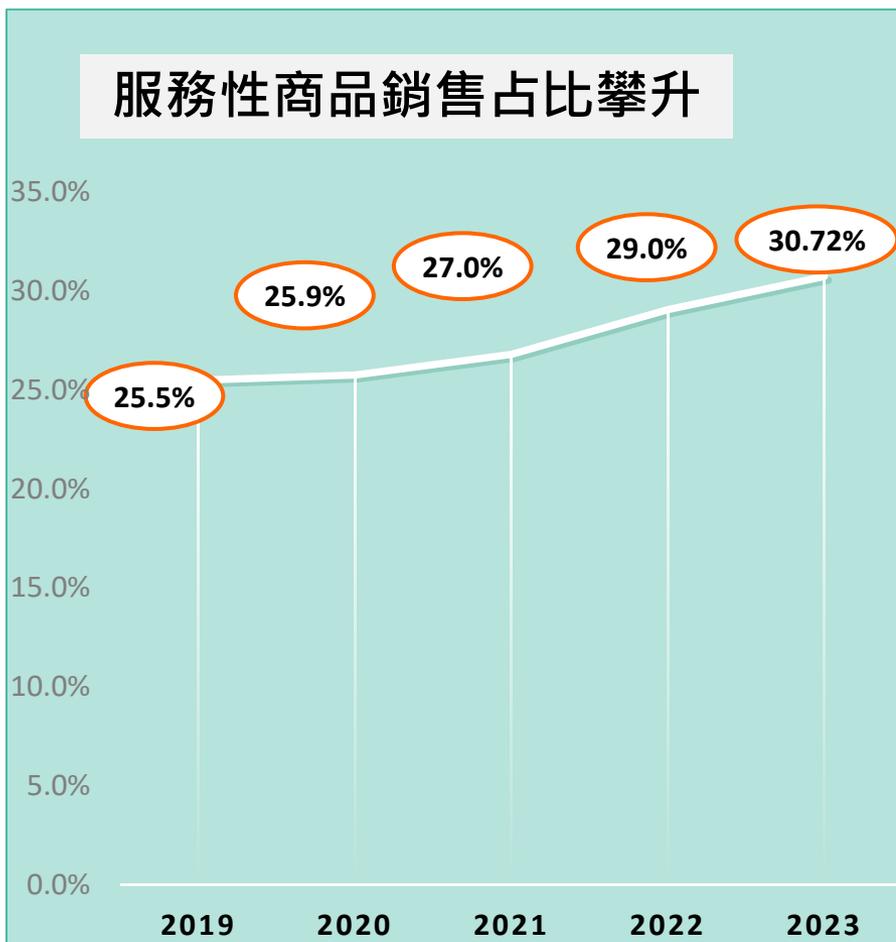
Lacuzin

ALEXANDRE
TURPAULT
FRANCE 1847

發展社區店、服務性商品，貼近客戶生活圈

特力屋積極發展社區店，成功展店36家，挹注業績成長

服務性商品銷售占比攀升



■ 裝修改造

- 工具租借
- 油漆換新
- 調色服務

■ 便利代勞

- 代客安裝
- 滿額免運
- 即買即裝

■ 因地制宜

- 低接觸丈量服務
- 依照地域性調整商品
- 師傅機動駐點

■ 深入社區

- 社區管家服務
- 專業清潔服務
- 廚房衛浴空間煥新

強化客戶體驗、促進健康居家生活

特力屋：自組樂趣，自造美好

設立「居家裝修中心」：為顧客免費到府丈量勘估，依顧客需求量身提供廚房、衛浴、系統家具等居家空間整合裝修服務，幫助顧客打造幸福生活。



社區管家好夥伴：特力屋社區管家為在地消費者提供專業諮詢、免費到府勘估丈量，包含油漆粉刷、窗簾地板更換、衛浴設備換新、免治馬桶、淨水器、冷暖空調、住戶團購等，可說是促進社區安心生活的好夥伴，也是高齡長輩或獨居者改善居家問題的最佳解方。



和樂家居：設計生活，體驗優先

差異化購物體驗：

HOLA「軟裝設計師」從「人」的需求出發，量身打造客廳、餐廳、臥室等居家場域，讓最懂家的專家，為你創造家的動人時刻。

打造獨有的生活提案：

HOLA生活學課程持續開發與經營，招募熟客實踐體驗經濟。

智能選枕：透過超過5萬筆消費者數據，新增枕頭品項、調整人體測量細節，推出智能選枕2.0版本；強化品牌專業形象，加深消費者記憶度。

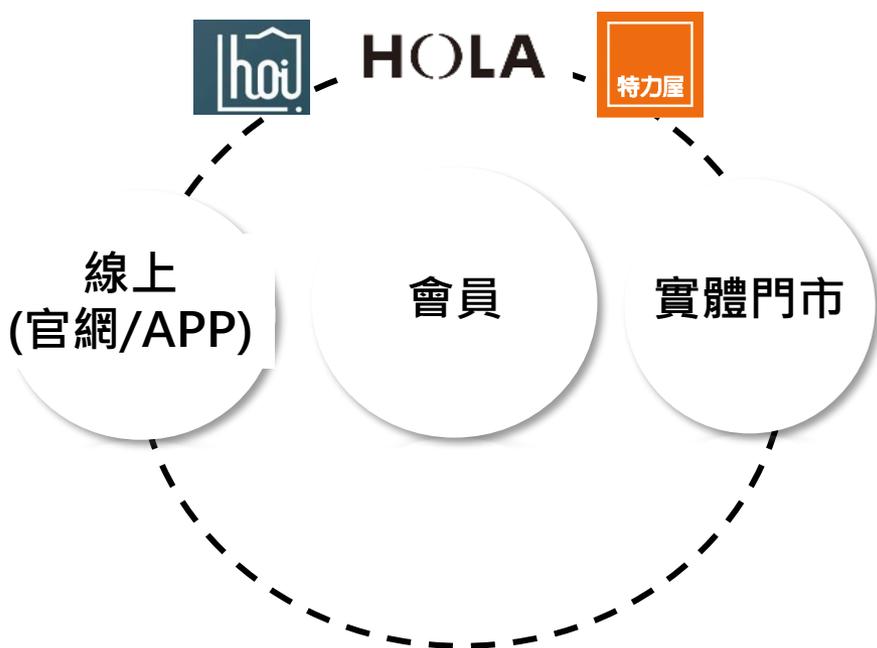


積極整合線上線下，發展通路品牌

整合優勢服務，2023年線上通路業績逾12.6億元。

- 以消費者為核心打造線上線下無縫式購物通路。
- 各通路整合資源與需求，提高數位綜效。

(單位：新台幣)



發揮數位體驗及綜效-hoi! 好好生活

- 實踐數位整合實力，以提升自營網購平台為目標，強化顧客對品牌的連結度，自營官網佔網路營收達60%以上。
- 以家具延伸發展床墊品類，開發自有品牌床墊與導入國際品牌，透過數位媒體包裝產品優勢，自有品牌佔比已達18%。
- 持續以香氛系列增加品牌五感記憶度，自行開發設計具台灣記憶度的香氛，以台灣高山為發想的「五嶽香氛」，更獲得台灣金點設計獎與德國IF獎殊榮。



創新跨界，開創聯名商機，擴大X的力量

跨界聯手突破同溫層，挖掘新客層，擴大影響力。

透過跨界聯名，從圖像角色聯名到節氣系列等，成功打開新市場、找出新客人，擴大集團居家生活專業的影響力，讓更多新鐵粉帶動集團發展新動能。



核心能力 價值創造

產品研發和設計獲國際肯定

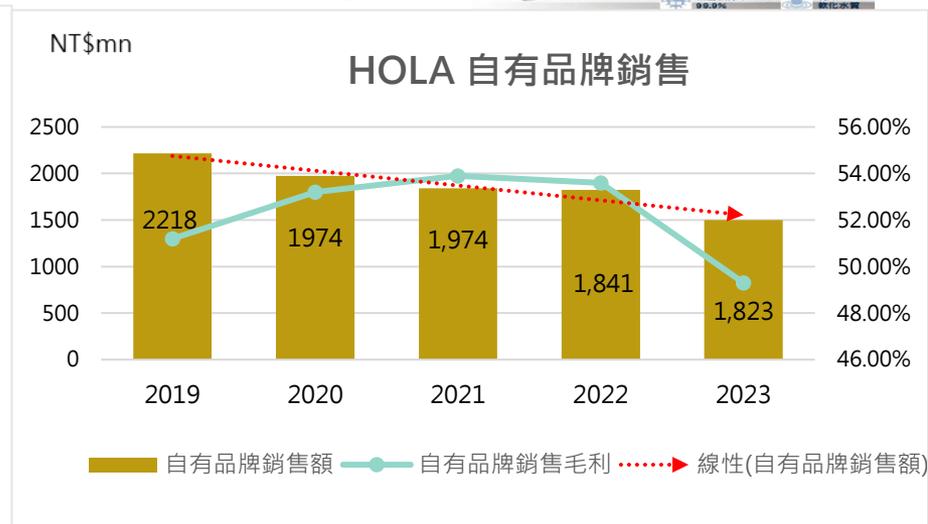
結合貿易及零售雙本業，持續投入新產品設計，提供創新、差異化價值。

特力集團自2014年首次參與國際設計獎項，至今已累積奪得**33**座國際設計大獎，包含**25**座包裝設計獎和**8**座產品設計獎。



運用集團優勢開發獨家商品

- 善用集團豐沛資源及專業開發能力，發展自有品牌成果斐然。
- 持續發展特力屋自有品牌：主力商品為燈飾、衛浴、收納傢俱，以及開發淨水自有品牌。
- 持續發展和樂家居自有品牌：主力商品為寢具、抱枕坐墊、傢俱收納。
- 引進獨家商品，整合內外資源：提供銷售、安裝、維修一條龍服務；擴大廚房及臥室的品類、通路布建。



保護環境、培育人才，落實ESG責任

推動環保減碳、綠色消費

公司治理

綠色消費

2022年特力屋零售綠色商品採購金額成長率達44.4%

綠色商品

特力出口至歐洲所有木製品，100%取得FSC認證。

綠色包裝

特力屋商品含PVC材質包裝下降至8%，目標邁向0%。

董事績效

外部獨立機構評估結果為優等；獨立董事席次過半

循環經濟

長期鼓勵消費者響應回收。2022年活動價值逾新台幣200萬元。

綠色營運

2022年特力集團環保節能支出/投資再成長7.9%

綠色物流

採行越庫物流作業，於2022年減少碳排放量達2,524.1噸。

個資保護

獲資策會台灣個人資料保護與管理制度個資管理績優廠商

堅持多元、公平發展機會

- 培育人才，2022年數位總課程數成長159%
- 女性平等發展，女性管理職佔比達39.3%。

連續3年獲Walmart Project Gigaton: Giga-Guru

Walmart 2017年創立Project Gigaton

邀請供應商一起參與

目標2030年前

減少10億噸溫室氣體

特力率先共襄盛舉

連續3年獲得肯定(積極貢獻之供應商)



THANK YOU

For Watching
