

壹 致股東報告書

各位股東女士、先生：

歷經3年連續虧損，銷售方面調整銷售結構及通路策略，內部管理則加強組織的精簡與庫存去化，透過一連串的改革，112年逐漸顯現成效，113年將著重於產品開發增加產品多樣性以及ESG永續經營之執行，期能加速擺脫虧損，創造最佳的利潤。

一、112年營業結果

112年營業報告書

(一) 營業計劃實施成果

經會計師查核112年全年總營業淨收入為新台幣687,317仟元，相較111年減少新台幣9,821仟元，年衰退1.41%，由於原物料採購價格下滑及調整銷售產品組合，故112年營業淨損為新台幣50,556仟元，111年度之營業淨損新台幣96,868仟元，虧損減少新台幣46,312仟元，112年度稅前淨損為新台幣38,334仟元，稅後淨損為新台幣30,154仟元，相較同期稅後淨損縮小59.91%，歸屬於母公司業主淨損為23,081仟元。

(二) 預算執行情形

112年預估營業收入為新台幣1,055,657仟元，實際營業收入為新台幣687,317仟元，因中國內需市場動能疲弱及東南亞國家復甦緩慢，營收達成率65.11%；112年稅後淨利目標為新台幣14,387仟元，實際合併稅後淨損為新台幣30,154仟元，未達預算目標。

(三) 財務收支及獲利情形：

1. 財務收支			
項目	112年度	111年度	增減比率%
營業損益	(50,556)	(96,868)	-47.81%
營業外收入及支出	12,222	9,563	27.81%
稅前淨利	(38,334)	(87,305)	-56.09%
稅後淨利	(30,154)	(75,217)	-59.91%
淨利歸屬於： 母公司業主	(23,081)	(64,477)	-64.20%
綜合損益總額	(2,746)	(42,426)	-93.53%

2. 獲利能力分析		
項目	112年度	111年度
資產報酬率(%)	(2.17)	(5.81)
股東權益報酬率(%)	(3.64)	(8.76)
純益率(%)	(4.39)	(10.79)
每股盈餘(元)	(0.46)	(1.27)

二、113年度營業計劃概要

(一) 經營方針

1. 加強各國業務開發，提升業績與獲利

各國經濟活動已恢復過往，將繼續國際化的腳步，持續發展兩岸及東南亞、印度各地的業績，並提升獲利。

2. 區域供應鏈強化

透過區域供應鏈供貨及在地化生產，尋找新的供應商及替代原物料，提高產品成本競爭優勢。



3. ESG 評鑑

遵循政府政策發展方向，強化公司的 ESG 落實管理，除改善營運績效外，也持續關注 ESG（環境、社會及公司治理）的永續經營及風險因應能力指標。



環境 Environment

因應政府2023年《氣候變遷因應法》制定以及碳費將採分階段徵收，本公司完成第一階段母公司碳盤查及，規劃溫室氣體與能源管理及綠色設計，包括溫室氣體碳盤查計畫、減塑綠色系列產品上市、降低能源耗用及再生能源使用。



社會 Social

各項社會關懷活動舉辦及捐贈活動參與，偏鄉發放予弱勢家庭活動、員工福利措施、職場多元化及性別平等。與鄰近大專院校洽談實習合作，支持地方教育，更不定期將資源投入社會公益服務。



公司治理 Governance

依據不同對象及工作屬性，進行員工培訓，藉此落實員工 ESG 意識及專業度提升。

(二) 重要產銷政策

1. 銷售策略：

- 深耕 B2C 銷售模式，建立多樣化銷售模組。
- 發展會員群體，建立生態圈。
- 跨足寵物市場及女性生理用品市場。
- 開發代工業務，擴展銷售規模。

2. 生產政策：

- 區域化供應鏈資源配置，建立優勢層級結構。
- 產品規格化，降低改機時間，提高生產效能。
- 區域生產採購，減少稅務成本。

三、未來發展策略，受到外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響：

人口結構改變及區域消費者消費型態的差異，未來將面對更多樣性的消費品生態，為有效掌握銷售的趨勢，必須應用大數據與 AI 的分析預測，以在競爭環境下有好的策略計畫。本公司因應策略：

- (一) 組織人力優化，因應市場變革，強化職能專業技術。
- (二) 持續強化辦公網路資安防護，即時偵測異常行為偵測警告，以保護公司資訊安全。
- (三) 母子公司執行溫室氣體盤查計畫作業，因應未來減碳目標設定。
- (四) 數位轉型，人工智慧開發，運用大量數據做出預測應用於業務目標提高競爭優勢。

112年相較111年度虧損幅度縮小，我們將持續透過供應鏈的資源分配，提高獲利組合並加速擴增多樣性銷售平台增加營收，重新穩固本業市占率，期能改善公司營運。

董事長：

林煥隆

