

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。面對環境的挑戰與衝擊，富堡公司秉持對環境的愛護及友善率先業界開發減碳相關材料，並投入實際應用生產，取得市場的認可及支持，在經歷市場的檢視後，富堡公司將繼續投入更多資源與產業鏈和學術界共同開發更多新綠色環保材料。

(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

單位：新台幣仟元

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)

(四) 研究發展：

1. 最近二年度研究發展支出及其成果

單位：新台幣仟元

項目	112年度	111年度
研發費用	1,228	3,362

2. 未來研究發展計劃：

富堡公司秉持環境保護和友善理念，持續投入研發新材料技術，並將其應用於新產品類別，擴展綠色友善產品，推廣環境保護，降低成人照護產品對環境的影響。

為響應長照2.0政策，富堡公司積極向消費者推廣政策與相關衛教資訊，讓更多有需求的民眾通過多元管道了解優良政策。同時，富堡公司跨界合作，與多個長照領域單位聯手推行服務，致力於提供消費者更友善的長照環境。

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，偏鄉發給予弱勢家庭活動、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，以利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：

林焯強