

# 致股東報告書

各位股東女士、先生：

113 年在國內外的新產品和新通路客戶推動下，業績上漲，獲利能力上升，整體經營方向保持除持續深耕市場，提高品牌在國內的競爭力，同時也積極拓展海外市場，加強海外營收。114 年策略目標延續產品開發與 ESG 永續經營外，將投入新的生產設備及產品多樣性，新事業部份則加強開發醫療用品及輔護具，並引進適合不同階段之長照產品，配合政府長照政策 2.0 及 3.0，加速達成多元化經營並推高獲利能力。



## 113 年營業報告書

### 一、113 年營業結果

#### (一) 營業計劃實施成果

經會計師查核 113 年全年總營業淨收入為新台幣 772,876 仟元，相較 112 年增加新台幣 85,559 仟元，年成長 12.45%，主要增長市場為美國及台灣，113 年營業淨損為新台幣 11,012 仟元，較 112 年度營業淨損新台幣 50,556 仟元，減少新台幣 39,544 仟元，113 年度稅前淨利為新台幣 70,838 仟元，稅後淨利為新台幣 54,185 仟元，相較同期稅後淨利增長 279.69%，歸屬於母公司業主淨利為 48,259 仟元。

#### (二) 預算執行情形

113 年預估營業收入為新台幣 1,017,935 仟元，實際營業收入為新台幣 772,876 仟元，營收達成率為 75.93%；113 年稅後淨利目標為新台幣 17,727 仟元，實際合併稅後淨利為新台幣 54,185 仟元，達成預算目標。



### (三) 財務收支及獲利情形：

#### 1. 財務收支

單位：新台幣仟元

| 項 目         | 113 年度   | 112 年度   | 增減比率 %    |
|-------------|----------|----------|-----------|
| 營業損益        | (11,012) | (50,556) | -78.22%   |
| 營業外收入及支出    | 81,850   | 12,222   | 569.69%   |
| 稅前淨利        | 70,838   | (38,334) | 284.79%   |
| 稅後淨利        | 54,185   | (30,154) | 279.69%   |
| 淨利歸屬於：母公司業主 | 48,259   | (23,081) | 309.09%   |
| 綜合損益總額      | 103,890  | (2,746)  | 3,883.32% |

#### 2. 獲利能力分析

| 項 目         | 113 年度 | 112 年度 |
|-------------|--------|--------|
| 資產報酬率 (%)   | 4.67   | (2.17) |
| 股東權益報酬率 (%) | 6.15   | (3.64) |
| 純益率 (%)     | 7.01   | (4.39) |
| 每股盈餘 (元)    | 0.95   | (0.46) |

### (四) 研究發展：

#### 1. 最近二年度研究發展支出及其成果

112 年研發支出新台幣 1,228 仟元、113 年 1,905 仟元，完成照護產業專利佈局及濕巾新品開發於 113 年 12 月上市銷售。

#### 2. 未來研究發展計劃：

秉持對於環境保護及永續發展的 ESG 理念，除了開發更全面的綠色減碳系列產品，推動上下游廠商一同改善生產技術降低整體排碳量，以期達成 2050 淨零排碳政府政策。

## 二、114 年度營業計劃概要

### (一) 經營方針

1. 拓展市場版圖，驅動業績成長  
持續加強海外市場的投入，擴大東南亞、印度及美國等地行新業務開發，驅動公司整體業績持續增長。
2. 多元化合作，建設良好服務生活圈  
公司擁有全面向的照護產品以及深入不同通路經營優勢，我們將與其他長照服務提供商合作，結合全面的產品及生活服務，提供消費者更多生活便利選項，透過安安生活會員建置，強化與消費建立終身關係。
3. 實踐 ESG 永續發展，創造長期價值  
本公司遵循政府政策發展方向，積極強化 ESG（環境、社會及公司治理）的落實管理，除不斷提升營運績效外，更致力於永續經營和風險因應能力，為股東創造長期價值。



E

#### 環境 Environment

- 本公司完成第一階段母公司碳盤查，並進行初步排碳改善，後續將推動海外子公司及上下游供應鏈進行排碳落實。
- A. 定期追蹤碳排放狀況，有效追蹤和持續管理。
  - B. 推出全面性減塑綠色系列產品，持續教育市場，降低環境衝擊。
  - C. 持續使用再生能源，同時改善硬體設施降低生產及營運的能量耗用。
  - D. 推動上下游廠商配合改善，一同追蹤碳足跡，以求降低產業鏈排碳量。



S

#### 社會 Social

- 本公司參與各項社會關懷及捐贈活動。
- A. 舉辦偏鄉關懷活動，發放物資予弱勢家庭，善盡社會責任。
  - B. 提供優渥的員工福利措施，打造幸福職場，提升員工向心力。
  - C. 推動職場多元化和性別平等，營造友善包容的工作環境。
  - D. 與鄰近大專院校洽談實習合作，支持地方教育發展，培育未來人才。



G

#### 公司治理 Governance

- 本公司依據不同對象及工作屬性，規劃多元的員工培訓計畫，藉此落實員工 ESG 意識，提升專業技能，強化公司治理效能。

### (二) 重要產銷政策

1. 銷售策略
  - A. 在 B to B to C 的通路持續加強滲透，提升顧客對公司產品的易得性，並透過提供通路獨特產品，加深與通路的合作。
  - B. 持續發展 B2C 銷售模式，應用數位工具發展會員群體。
  - C. 滿足長照 3.0 的消費者需求，整合廠商的產品服務與技術，建立長照生態圈。
  - D. 跨足寵物市場及女性生理用品市場。
  - E. 開發代工業務，擴展銷售規模。
2. 生產政策
  - A. 區域化供應鏈資源配置，建立優勢層級結構。
  - B. 產品規格化，降低改機時間，提高生產效能。
  - C. 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) 拓展人力儲備，因應人才市場持續被電子業吸引，加強對人力的招聘及培訓，保持公司在人才市場的競爭力。
  - (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) 數位雙生，透過政府專案輔助，針對生產設備進行優化修改，集中生產數據，提高對工廠設備的生產力運用及掌握。
  - (四) 數位人才培養，隨著 AI 運用的深入開發，大量數據運用將改變產業競爭環境。持續培養更多數位人才，提高公司對於數據的開發及運用，加強營運決策的精度，提高營運及生產的獲利能力。
  - (五) 多元化發展，持續細分產品需求，增加產品毛利空間。與服務提供商合作，加強產品及服務的連結，加強客戶對品牌的認同與黏著度，拓展公司的營運項目範圍。
  - (六) 智慧產品發展，與設備廠商進行合作開發，穿戴式智慧產品及生活智能家居產品，針對長照生活，累積長照資料，持續優化更友善的生活環境。

113 年度達成年度預算獲利目標，展望未來，我們將持續優化供應鏈與產品組合，提升獲利能力，同時加速拓展多元銷售平台，擴大營收來源。我們致力於穩固本業市場地位，提升營運績效，為股東創造長期且穩定的股息回報。

董事長：

林煥隆

