



活出人生美好的 每一刻!

佳格食品2023年 法人說明會

Standard Foods Corporation
2023 Results

免責聲明 Disclaimer

簡報合併財務數字係根據國際財務報導準則編製，經由會計師查核簽證。

The Consolidated financial numbers are based on International Financial Reporting Standards (IFRS) and also audited by CPA.

簡報內容非經由佳格公司書面許可，任何第三者不得任意取用或複製。

The presentation and its contents may not be reproduced to a third party without the prior written consent of the Company.

關於佳格 (About US): 成立於1986年

佳格食品集團台灣第一大的營養及保健品廠商!

我們深信: 「吃得營養均衡, 是人們健康的基礎」

品牌承諾 Brand Promise



Your family's Nutrition and Health Partner
全家人的營養健康夥伴

企業願景 Vision & Mission



A LIFETIME OF WELL-BEING!
活出人生美好的 每一刻!

主要品牌 Brands



佳格食品集團
Standard Foods Group (SFG)

佳乳
Standard Dairy
Products

佳格
Standard Foods

中國(佳格)
Standard Foods (China)



福樂



桂格



得意的一天



天地合補



奇動能量飲



加倍佳
(代理)



多力



乐 奔 拓



每日完胜

產品發展五大象限





品牌/產品表現

家戶滲透率

#1
食用油&調味品/即食產品

#1
食用油(中國)

#1
保健飲品

#4
乳品&發酵乳

完膳

CHULLI 能量飲

#1
麥片/穀物

#1
**台灣第一大的
 營養及保健品廠商**

嬰童

燕麥穀飲/植物奶

成人奶粉

成人奶粉

2023年上半年 營運報告

2023H1 Operation results

合併簡明損益表

Condensed Consolidated Income Statement

項 目 Item	2023H1			2022H1	
	金額 (Amt)	%	YOY(%)	金額 (Amt)	%
\$單位:新台幣仟元；每股盈餘為元 Unit: NT thousand；EPS is NT					
營業收入 Operating revenue	12,203,968	100%	-4%	12,722,669	100%
營業毛利 Gross profit	2,686,139	22%	-6%	2,870,342	23%
營業淨利 Operating income	456,577	4%	-25%	606,926	5%
本期淨利 Net income	451,167	4%	-10%	503,176	4%
每股盈餘 (備註) Earning per share (Note)	0.49			0.54	

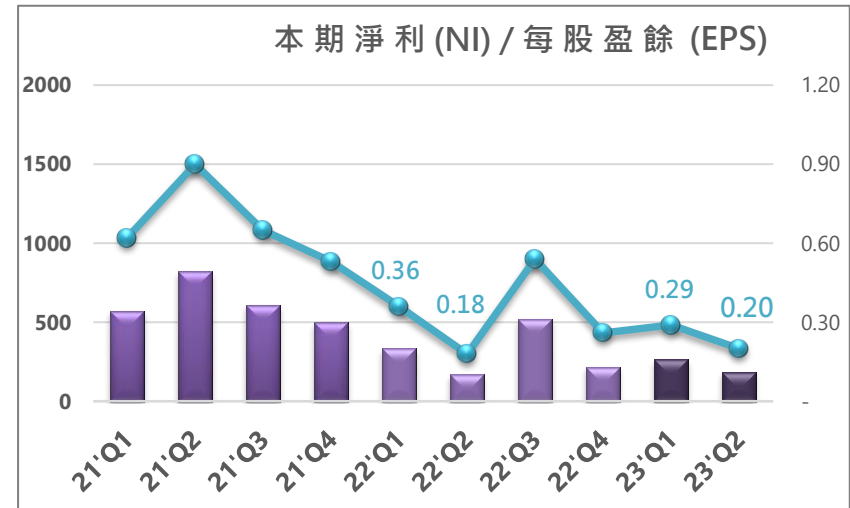
備註：每股盈餘係按盈餘轉增資比例追溯調整後之加權平均股數計算。

Note：Earnings per share is calculated in accordance with the weighted average shares after the retrospective adjustment proportionally to the capitalized earnings.

合併簡明損益表

Condensed Consolidated Income Statement

單位:新台幣百萬元; 每股盈餘為元

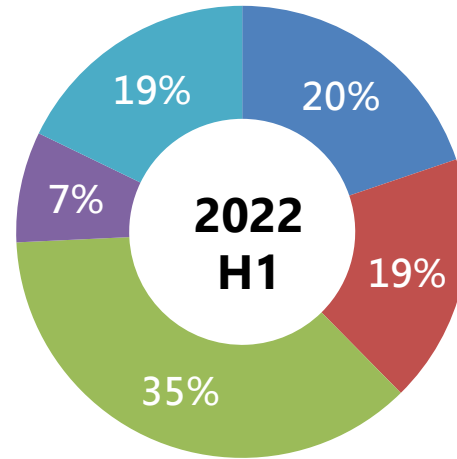
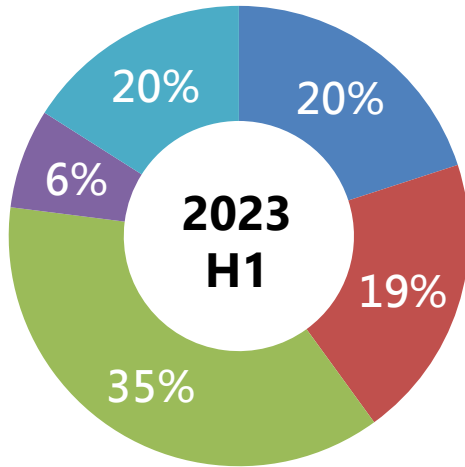


產品結構- 營業收入

Product Portfolio – Operating revenue

■ 台灣 (佳格/佳乳) Taiwan (SF/SDP)

■ 穀類 Cereal ■ 油 Edible Cooking Oil ■ 保健/完膳 Health/Nutritional Food ■ 奶粉 Milk Powder ■ 冷藏 Chilled

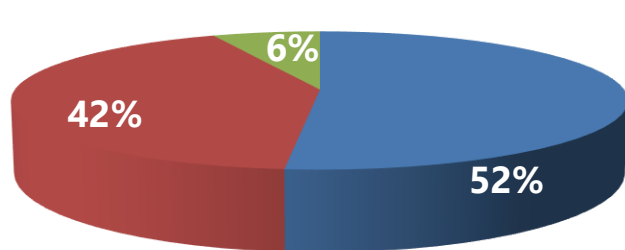


部門別- 營業收入

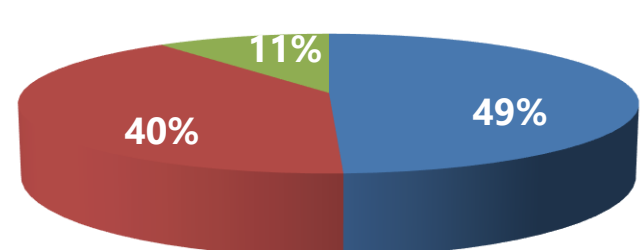
Operating segment – Operating revenue

H1	全集團	台灣(SF, SDF)	中國(佳格)	其他
2023	12,204	6,293	5,111	799
2022	12,723	6,280	5,106	1,336
成長	-4.1%	0.2%	0.1%	-40.2%

2023 H1



2022 H1



- 台灣(佳格/佳乳)
Taiwan (SF, SDP)
- 中國(佳格)
Standard Foods (China)
- 其他
Others

合併簡明現金流量表

Condensed Consolidated Statement of Cash Flows

項目 Item 單位:新台幣百萬元 Unit: NT millions	2023H1	2022H1
期初現金及約當現金 Cash and cash equivalents at the beginning of the period	4,348	3,748
營業活動之淨現金流入(流出) Net Cash Provided by Operating Activities	(676)	479
現金股利 Cash dividends paid	-	-
投資及其他 Investing activities and others	(716)	(850)
期末現金及約當現金 Cash and cash equivalents at the end of the period	2,956	3,377

合併簡明資產負債表

Condensed Consolidated Balance Sheet

項目 Item	2023H1		2022H1	
	金額	%	金額	%
單位:新台幣百萬元 Unit: NT millions				
資產總計 Total Assets	27,868	100%	27,984	100%
現金及約當現金 Cash and cash equivalents	2,956	11%	3,377	12%
應收帳款淨額 Accounts and notes receivable-net	3,691	13%	4,036	14%
存貨 Inventories	6,949	25%	6,736	24%
不動產、廠房及設備&投資性不動產 Property, plant and equipment & Investment propertie	4,921	18%	5,077	18%
負債總計 Total Liabilities	10,858	39%	10,848	39%
流動負債 Current Liabilities	10,477	38%	10,189	37%
非流動負債 Non-Current Liabilities	381	1%	659	2%
股東權益 Total equity	17,010	61%	17,136	61%

重要財務指標(合併)

Key financial indexes (Consolidate)

項目 Item	2023H1	2022H1
流動比率 (%) Current ratio -%	182.7	192.9
速動比率 (%) Quick ratio - %	100.4	114.1
平均銷貨日數 (天) Average inventory turnover – days	124	117
平均收現日數 (天) Average collection – days	66	70
資產報酬率 (%) Return of assets - %	3.4	3.7

台灣佳格

Standard Foods (Taiwan)



福樂



桂格



得意的一天



天地合補



奇動能量飲



(代理)

台灣發展策略

消費趨勢

發展策略

健康/營養關注度提升

- 健康問題多 (三高、糖尿、疾病) · 健康意識強
- 食品功能化

消費者的需求趨勢 (2021-2023)*



- 持續耕耘燕麥、人參、葵花油等核心商品之領導地位，運用佳格創新技術深化既有強勢
- 健康訊息爆炸，強化口碑建立品牌信任感及能見度



消費升級

- 消費者更加重視附加價值
- 高價化趨勢: 油品、奶粉、乳品



- 高附加價值的提升，強化產品力: 運用集團核心優勢，除開發新品外，持續升級既有品之附加價值，進行差異化及提升與競品的價值感差距



多品牌/產品綜效

- 競品持續推陳出新
- 品類界線模糊 (生技搶攻飲料、乳品搶攻休閒、甜品)

- 鞏固領導品牌，以不同品類布局全齡商機、海外市場商機
- 整合資源及競爭力: 品牌 / 研發 / 生產 / 通路
- 透過健康GO平台，建立直接服務消費者的機制
- 掌握ESG趨勢, 持續推出天然、無添加之潔淨綠色食品

中國佳格

Standard Foods (China)

健康廚房



多力

健康生活

Lebonta
乐 奔 拓



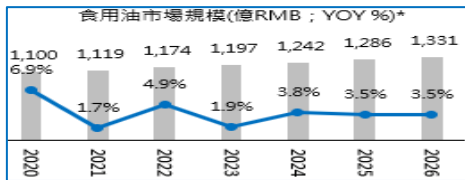
中國發展策略-健康廚房

消費趨勢

發展策略

疫後餐飲爆發

- 食用油市場持續成長
- 葵花油為預期未來增長最高者(22-27 CAGR: 5.9%)



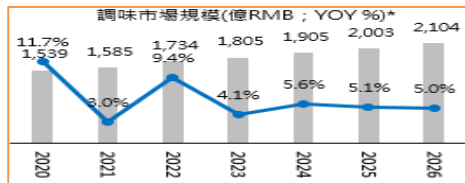
- 維持多力品牌力的穩定



- 持續保持葵花油品類的市佔第一的地位
- 戰術性提升玉米油市占率

懶人經濟、小家庭

- 推動調味品市場中複合調味品的發展 (22-27 CAGR:8.7%)



- 將調味品列為新品規劃名單中



健康消費提升

- 消費者關注的功能性:

- 三減三健生活方式
- 免疫力和腸道健康
- 以美容為目標的功能食品
- 滿足身心健康的食物

- 食用油品經營黃金三益系列提供消費者更好的選擇



- 朝營養多樣性之「健康食品綜合大廠」方向轉型

中國發展策略-健康生活

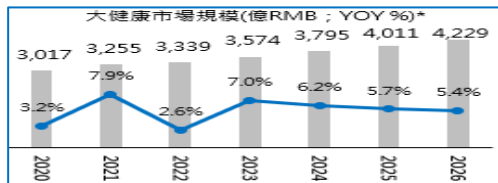


消費趨勢

發展策略

疫後消費者 健康意識提昇

- 大健康市場規模持續成長
- 運動營養、體重管理為增速較快的品類

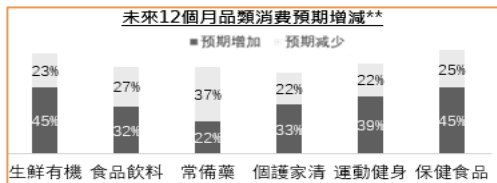


- 已推出軟骨素粉、維他命、人參飲等產品，並持續拓展中



保健、健康取向產品 消費意願提升

- 消費者預期在未來12個月針對保健、健康取向產品消費意願提升達45%



- 營養補充品在不同功能賽道進行布局
- 多樣化的產品提供美容(膠原蛋白飲)、腸胃道(膳食纖維、益生菌)等選擇

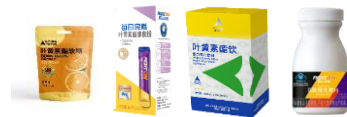


功能化趨勢 第四餐興起

- 食品保健化、保健食品化雙向融合
- 天貓以“第四餐”為主題打造產業生態，孵化30個品類1000個品牌***



- 以隨身營養第四餐概念打造零食、飲品、固體飲料、錠片等產品全方位滿足消費者需求



品牌精神-健康生活事業部



擁有從普通膳食補充、藍帽子保健食品到特殊醫學配方食品的完整金字塔品牌矩陣，並以電商/藥線為主要通路，滿足不同人群的營養補給需求。



產品兩大品牌系列-健康生活事業部

目前已開啓雙品牌運營，以深入建立藥房/電商兩種渠道運營模式，為後續專膳系列上市建立起通路基礎。

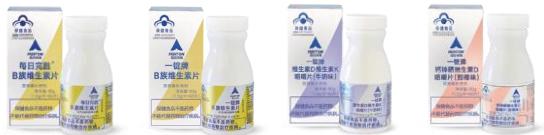
LEBONTA
乐奔拓

樂奔拓是健康營養生活多元化的締造者，致力為消費者提供多元健康營養，傳遞健康生活方式。

每日完勝
FIGHTON

每日完勝是特別針對中國人膳食結構打造，適合現代年輕人忙碌生活的“隨身營養第四餐”：輕巧便攜，好吃無負擔。

維生素
錠片



隨身
條飲



草本
漢方



輕便
粉劑



氨糖
粉劑



輕享
零食



產品六大健康賽道-健康生活事業部

眼健康

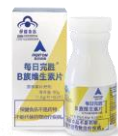
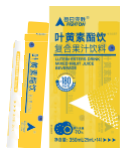
消化健康

漢方養元

健康美

營養均衡

行動力



藍帽子保健食品資產-健康生活事業部

已認證

11支

- ① 乐奔拓灵芝菌丝体口服液
- ② 乐奔拓®当归熟地白芍川芎口服液
- ③ 乐奔拓®乳矿物盐氨糖软骨素粉
- ④ 乐奔拓®牦牛骨粉胶原蛋白咀嚼片
- ⑤ 乐奔拓®西洋参人参口服液
- ⑥ 每日完胜®B族维生素片
- ⑦ 一锭牌B族维生素片
- ⑧ 一锭牌钙锌硒维生素D咀嚼片(甜橙味)
- ⑨ 一锭牌维生素D维生素K咀嚼片(牛奶味)
- ⑩ 褪黑素片
- ⑪ 辅酶Q10片

申請中

8支

- ① 乐奔拓®抗氧化四物饮
- ② 一锭醒(综合水果风味)
- ③ 一锭醒(西柚风味)
- ④ 乐奔拓®蛹虫草人参口服液
- ⑤ 乐奔拓®改善睡眠口服液
- ⑥ 乐奔拓®高蛋白粉
- ⑦ 乐奔拓®葡萄皮提取物茶多酚片
- ⑧ 乐奔拓®卢廷软胶囊

從品牌四大基石出發，實踐企業永續

Aligning ESG Strategy with Brand Pillars



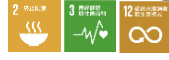
- 設有「食品安全品質管理委員會」專責單位
- Established the 'Food Safety and Quality Management Committee' as the dedicated unit.
- 累計 34 支產品取得健康食品認證標章 (業界最多)
- 34 products have received the health food certification mark, representing the highest number within the industry.
- 投資高於業界規格檢驗儀器
- Invested in inspection equipment that exceeds industry standards.



- 明訂「誠信經營守則」
- Clearly defined the Ethical Corporate Management Best Practice Principles.
- 設立「風險應變小組機制」
- Established a Risk response team.



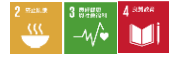
- 設立「佳格e學院學習平台」
- Established the Standard Foods E-Learning Platform.
- 「職業安全衛生委員會」以零職災為目標
- Our 'Occupational Safety and Health Committee' aims for zero occupational accidents.
- 持續推動員工關懷計畫
- Continuously promotes employee care programs.



- 榮獲「世界品質評鑑大賞」20座獎牌肯定 (2022年)
- Monde Selection: won a total of 20 awards in 2022.
- 榮獲「風味絕佳獎章」21個獎章肯定 (2022年)
- Super Taste Award: won a total of 22 awards in 2022.
- 推出超過62支(SKU)新品 (2022年)
- Launched over 62 new products in 2022.



- 執行「溫室氣體盤查」並完成驗證 (2023年)
- Conducted a 'Greenhouse Gas Inventory' and obtained the third-party verification against ISO 14064-1.
- 導入節能減碳方案，減排 360 公噸 CO2e (2022年)
- Implemented an energy and carbon reduction plan, which led to a decrease in emissions by 360 metric tons of CO2e in 2022.
- 精煉油廠生產合理化專案，預計節省54 千度電/年 (2023年)
- With the launch of the 'Refinery Production Rationalization Project', we anticipate a savings of 54,000 kilowatt-hours per year.



- 長期推動「以愛灌溉」弱勢兒童關懷計畫
- Children Care Program.
- 長期推動「以愛樂活」弱勢長者關懷計畫
- Elderly Care Program.

供應價值鏈的永續發展

Sustainable Development of the Supply Value Chain



佳格食品集團 〈利害關係人問卷〉

佳格每年透過《永續報告書》回應各界關注議題。平時佳格藉由各式雙向、持續管道，與各利害關係人積極溝通；為更全面辨識利害關係人所關注之議題，特發放〈利害關係人問卷〉調查之。 Standard Foods Group annually addresses stakeholders' concerns in our 'Sustainability Report.' We proactively engage with various stakeholders through multiple continuous, two-way channels. Recognizing the importance of comprehending the major topics and issues that stakeholders are concerned about or that have a potential impact, we have developed the 'Stakeholder Survey Questionnaire.' This tool allows us to communicate effectively with stakeholders while collecting and responding to their primary concerns.

1. 請問您的身份是？

<input type="checkbox"/> 員工	<input type="checkbox"/> 關係人/股東
<input type="checkbox"/> 消費者	<input type="checkbox"/> 政府
<input type="checkbox"/> 供應商	<input type="checkbox"/> 公益團體
<input type="checkbox"/> 其他	

2. 針對下列議題，請依您的關注程度進行勾選：

議題	非常不關注	不關注	一般	關注	非常關注
○ 員工安全 (減少化學品使用、保護危險區域)					
○ 供應商安全 (減少化學品使用、危險區域)					
○ 社區參與 (減少化學品使用、危險區域)					
○ 產品安全 (減少化學品使用、危險區域)					
○ 產品品質 (減少化學品使用、危險區域)					
○ 產品與環境 (減少化學品使用、危險區域)					
○ 產品與社會 (減少化學品使用、危險區域)					
○ 產品與法律 (減少化學品使用、危險區域)					
○ 產品與政府 (減少化學品使用、危險區域)					
○ 產品與公益 (減少化學品使用、危險區域)					

佳格食品集團《利害關係人問卷》示意

主要利害關係人

Key Stakeholders



員工

Employees



★ 股東 / 投資人

Shareholders / Investors



消費者

Consumers



客戶

Customers



供應商

Suppliers



公益團體

Public interest groups

邀請您填寫
佳格食品集團〈利害關係人問卷〉
Please fill out the Stakeholders Survey Questionnaire



<http://bit.ly/46keEHY>

Q & A

佳格食品（股）公司網址
<https://www.sfworldwide.com/>



Thank you