德麥食品股份有限公司
2019年上半年度營運報告暨未來展望

報告人：邱俊榮 財務長

日期：2019/08/27

Agenda

1 大陸烘焙市場概況

2 2019年H1財務分析

3 2019年H1中國大陸營運分析

一分鐘看德麥

■ 產業趨勢(Trend)：屬於穩定成長的民生消費產業

- 產業成長動能：**人口、所得水準、城鎮化發展程度**
- 產品的發展趨勢：**美味、健康、便利**
- 台灣市場:受陸客來台減少之影響，近年來市場景氣略受影響
- 中國大陸市場:受惠**消費升級、城鎮化發展、烘焙產品與業態的多樣化**，加上經濟轉型為以「**消費**」為主要經濟增長模式，未來成長空間大

■ 商業模式(Model)：以商品帶動原物料銷售，為客戶創造價值

- 德麥烘焙師團隊持續推出**好吃、成本低、客戶利潤高、容易操作**之流行商品，並以結合兩岸三地網紅商品，協助各區域客戶創造業績
- 德麥是注重食品安全的供應商，除本身及國際原廠檢驗報告外，另強化第三方檢驗

■ 成長機會(Growth)：中國大陸調整期告一段落，營運步入成長期

- 中國大陸歷經三階段調整後，於2018年起，啟動營收帶動利潤增長模式

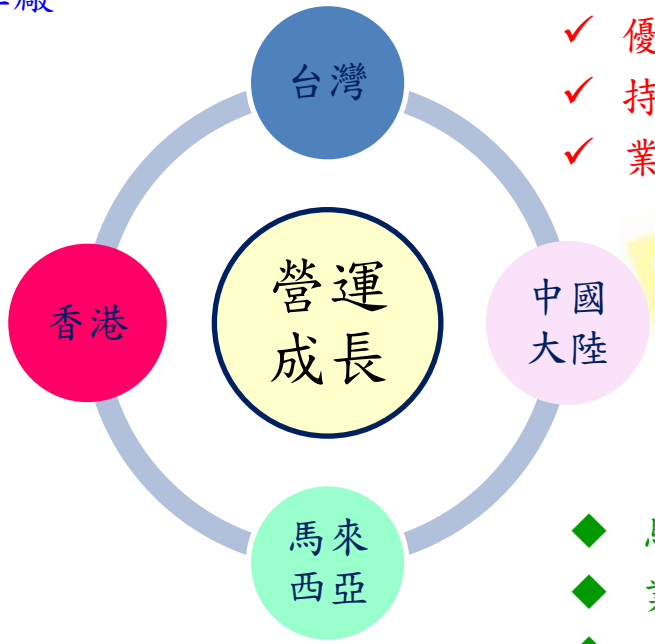
■ 營運表現 (Performance): 目標為長期穩定的獲利與高配息

- 2012-2018年 EPS皆>10元，本期淨利CAGR約14.12%；母公司淨利CAGR約11.26%
- 2014-2018年 現金配息>10元; 未來股利政策將以長期平穩為原則

重大營運亮點更新

- 奶油的影響還未結束
- 網紅經濟學
- 產品滲透率的再提高 (從前200大產品利潤高的品項切入)
- 聚焦4大超商、3大賣場的代工廠
- 深化與四葉乳業的合作

- ✓ 營收恢復穩定成長
- ✓ 強化三大客戶通路結構
- ✓ 優化產品組合保持毛利率
- ✓ 持續管控費用率
- ✓ 業務人員管理策略(獎金/升遷/淘汰/追蹤)



- ■ 耕耘港澳市場，開發大客戶
- ■ 受惠於中國大陸市場成長
- ■ 管理效能發揮，利潤提升

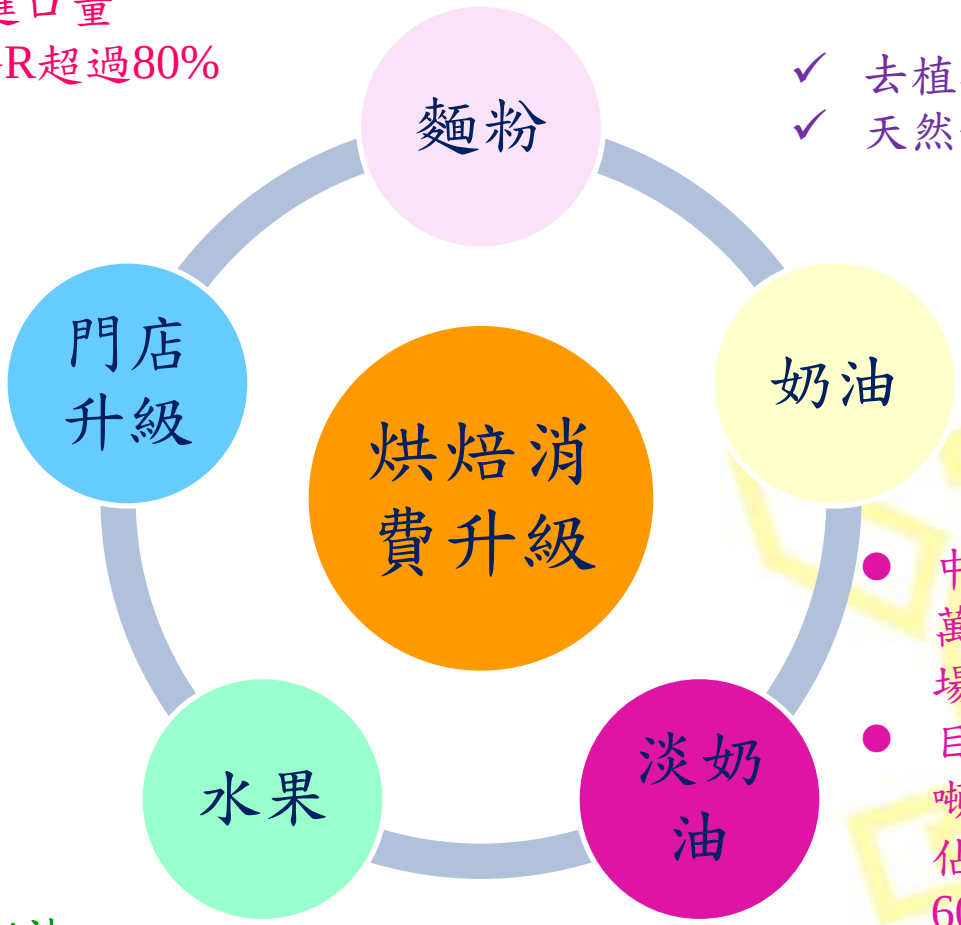
- ◆ 馬來西亞營運現曙光
- ◆ 業務人員穩定，業績持續雙位數增長
- ◆ 東馬設置倉庫，提高物流效率

1. 中國大陸烘焙市場概況

中國烘焙市場現況更新

- 進口麵粉滲透率快速提升
- 中國大陸日本粉進口量 2015~2019年CAGR超過80%

- 去植物化等健康意識抬頭
- 天然奶油使用比率提高



- 門店裝修升級趨勢明顯
- 烘焙門店裝修成本逐步提高

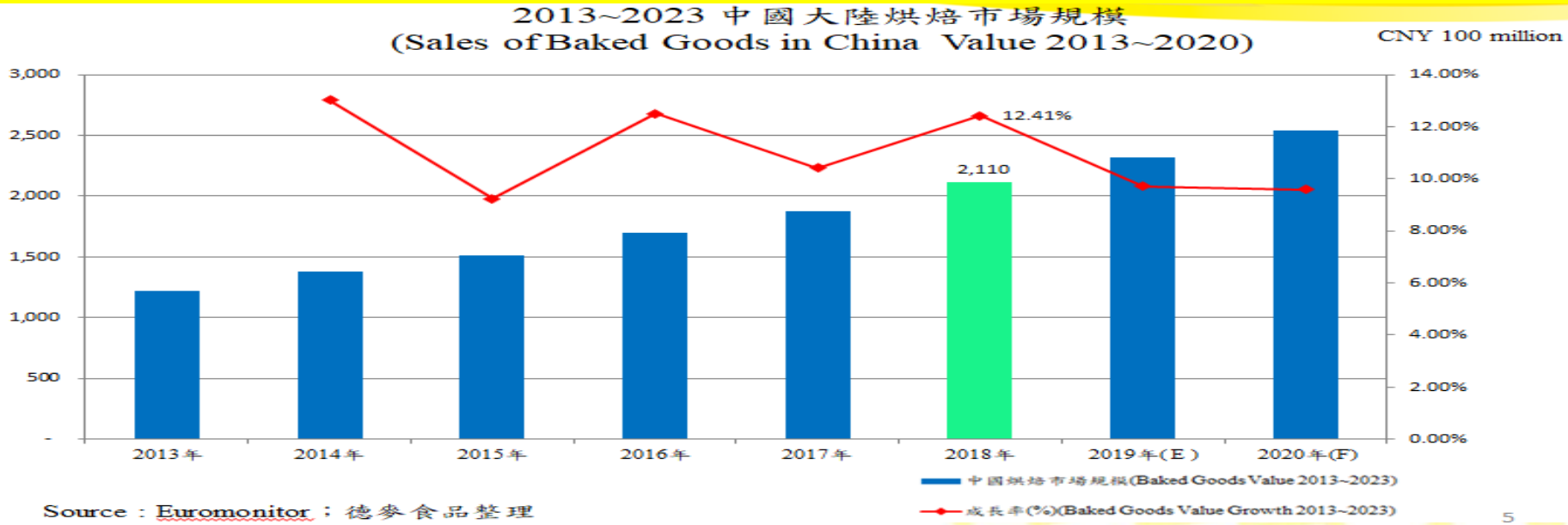
- 中國淡奶油市場每年約100萬噸，以往植脂淡奶油市場份額超過9成
- 目前乳脂淡奶油約佔36萬噸、動植物混合淡奶油約佔4萬噸、植脂淡奶油降至60萬噸

- 市場水果罐頭逐漸被新鮮水果替代

中國烘焙市場現況更新

1995-2000	2001-2005	2006-2010	2011-2015	2016~
前店後場 單店為主 單一麵團	小型連鎖店 二次發酵技術 細分麵團	中央工廠 連鎖品牌發展 丹麥產品	工業化加速 國際品牌進入 複合式現烤 冷凍麵團	消費升級 烘焙O2O 資本市場運行 新零售時代

中國烘焙市場現況更新



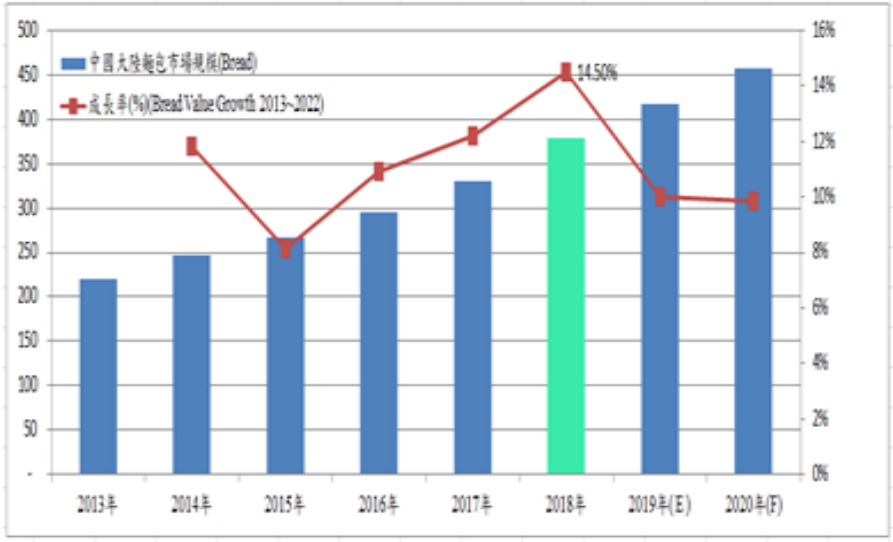
HEADLINES

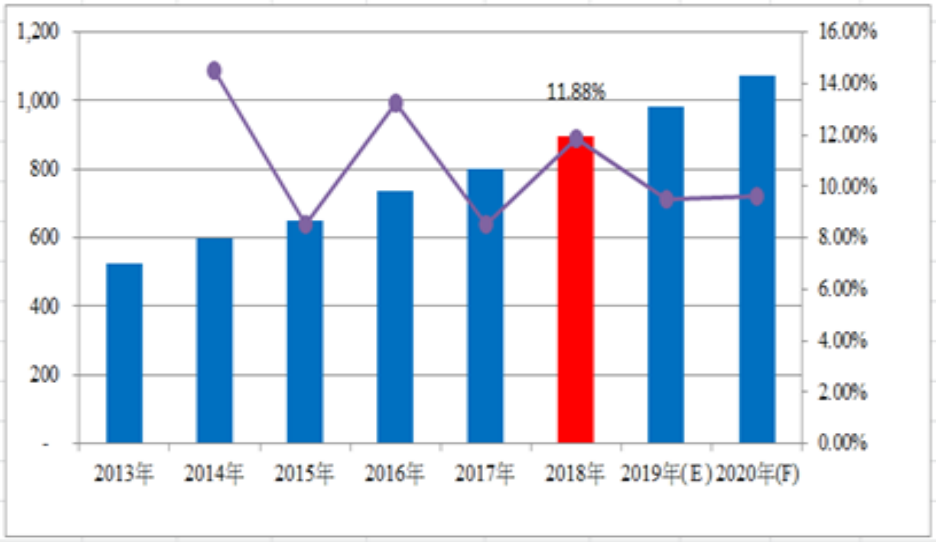
- 中國烘焙市場正處在高速發展階段，**2013年至2018年烘焙市場規模CAGR 達11.51%**，預計未來幾年CAGR仍呈現雙位數增長趨勢
- 2018年中國烘焙市場量增長6%，達990萬噸，而市場規模成長12.41%，平均單價提高，顯示**中國烘焙市場正進行著「消費升級」**
- 2017年中國人均烘焙食品消耗量為6.9公斤/人，遠低於西方發達國家的人均消費量，也低於18.7公斤/人，與飲食習慣相近的日本、香港和新加坡相比，**中國的人均消費量仍具備翻倍甚至3倍的增長空間，未來提升空間大**，未來5年仍以雙位數增長，**預計2023年市場規模將達人民幣 3,335億元**

中國烘焙市場現況更新

2013~2020 中國大陸麵包市場規模
(Sales of Bread and Cakes in China Value 2013~2020)

人民幣:億元





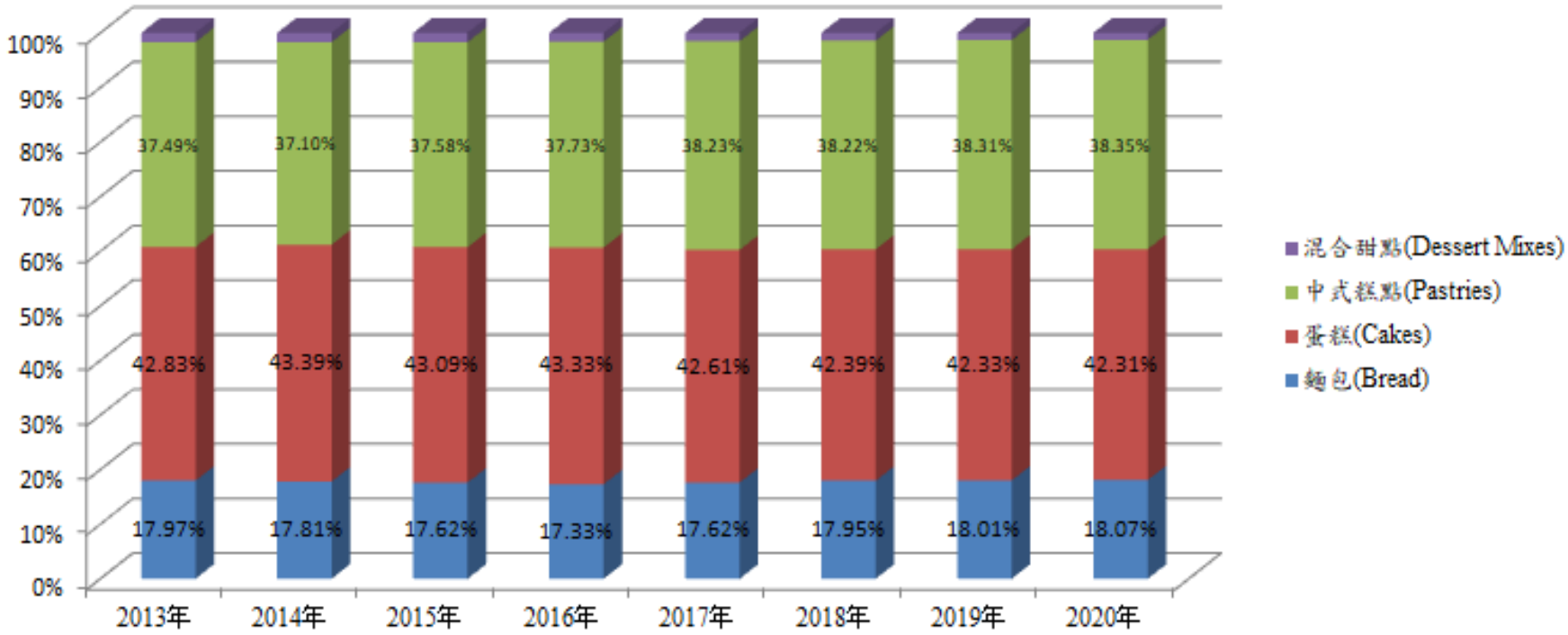
Source：Euromonitor；德麥食品整理

中國蛋糕市場規模(Cakes)
成長率(%)(Cakes Value Growth 2013~2020)

- **2018年中國麵包市場規模增長14.5%，在成長動能最大**，在收入水平提高/消費習慣改變驅動下，加上逐漸將麵包替代為早餐主食，成為中國麵包市場成長的原動力
- **短保產品更健康**，進入門檻低，可望加速替代長保，目前短保龍頭是桃李，達利也備戰短保市場，且**在便利店快速成長帶動下，短保質期包裝麵包需求加大**
- 蛋糕市場隨烘焙市場規模穩定成長，**2018年增長11.88%**

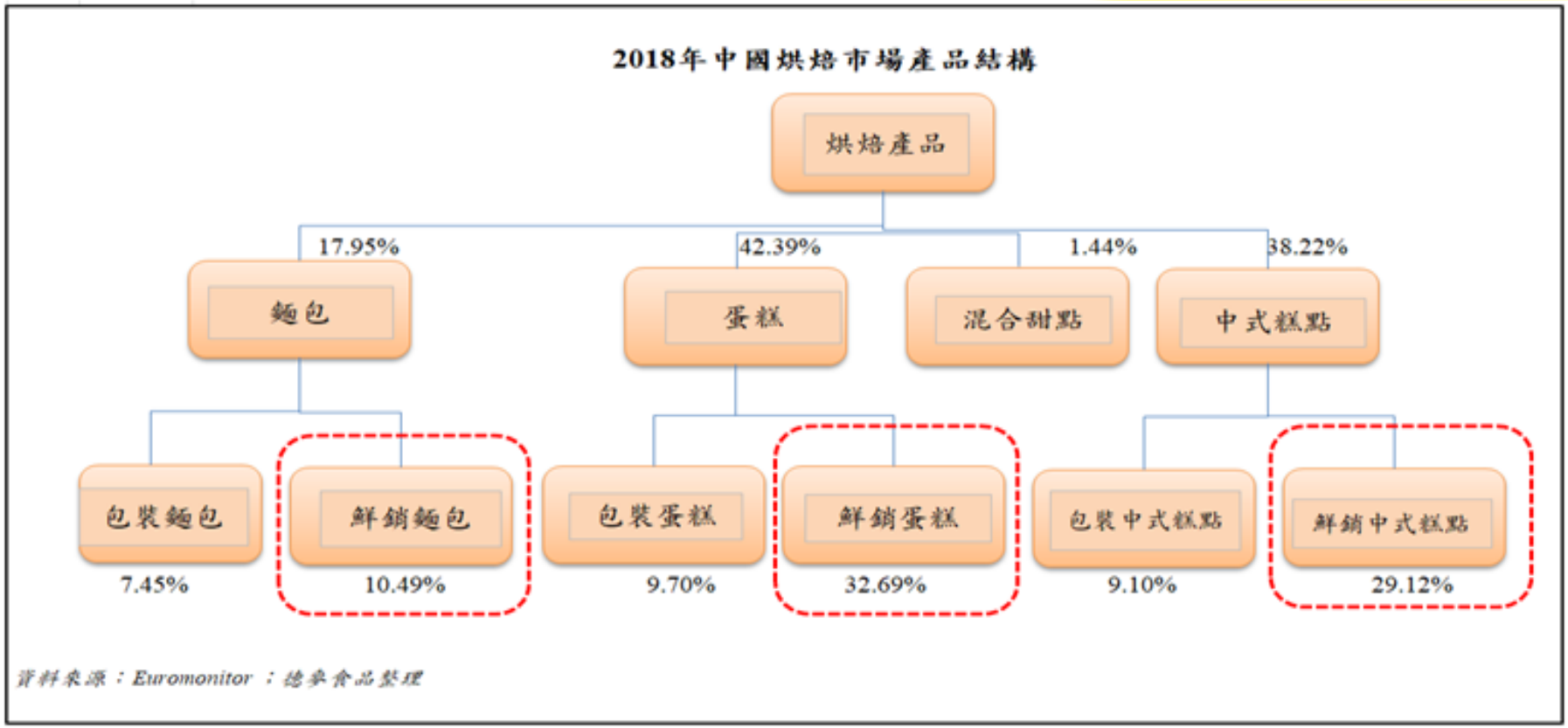
中國烘焙市場現況更新

中國大陸烘焙市場產品結構(2013~2020年)



- 麵包的占比逐年遞增，成為居民的早餐主食來源之一
- 蛋糕的市場份額最大，**日本粉、奶油、動物性淡奶油**需求持續上升
- 中式糕點自2015年起佔烘焙市場的比重逐年遞增，在消費升級的趨勢下，**日本粉、無水奶油、餡料**等原物料的需求上升

中國烘焙市場現況更新



產品結構：

- 規模最大的是蛋糕，佔到市場的42.39%
- 現烤烘焙產品佔有 72.30%的市場份額

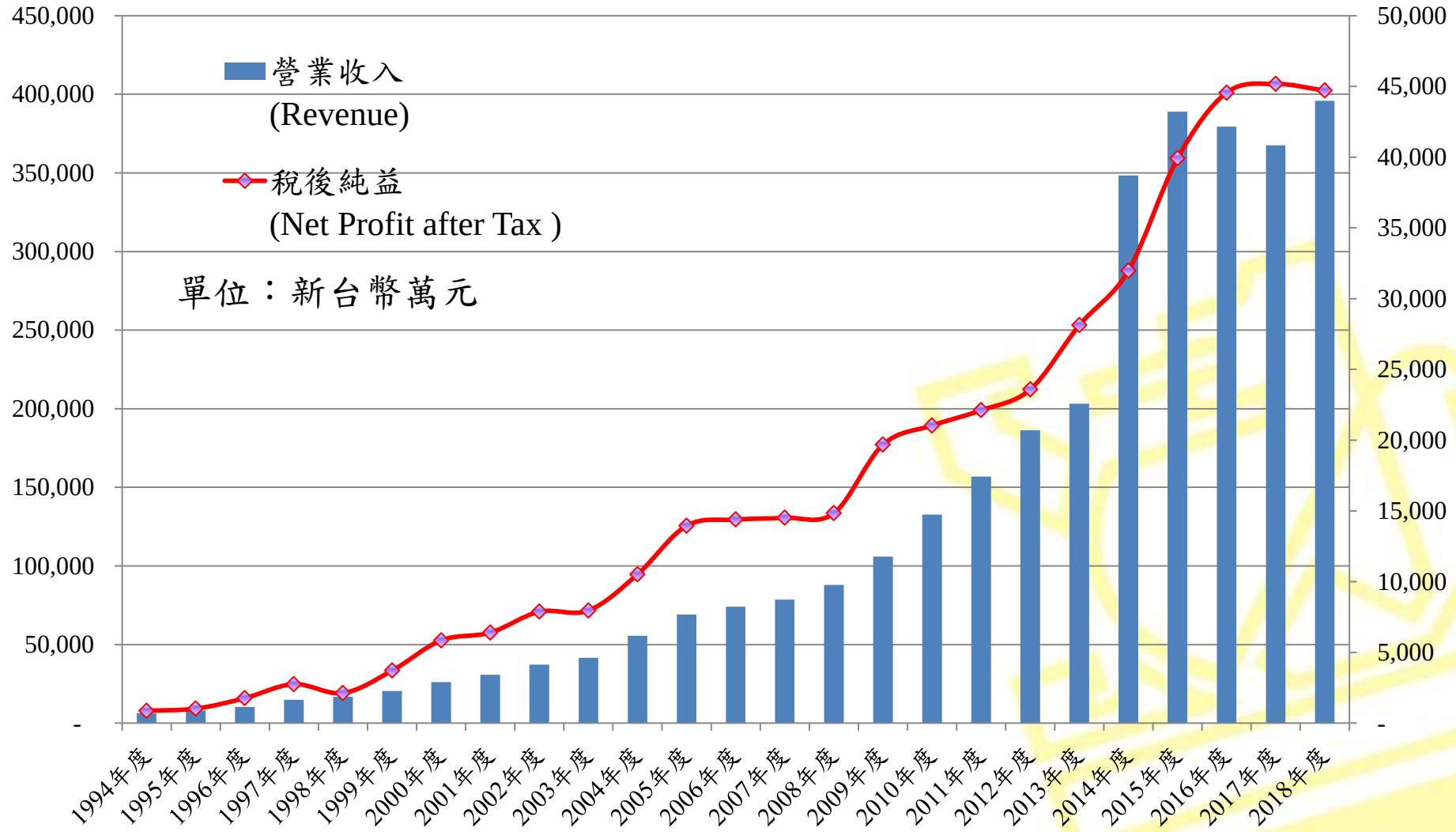
中國烘焙市場現況更新

- 在消費升級的帶動下，中國大陸進入新式茶飲時代，其中以「茶+軟歐包」模式的喜茶、奈雪的茶為代表，結合高額資本融資挹注，快速展店，2017年中國大陸飲品銷售額達427億，成長14.29%，預計2019年銷售額將突破600億

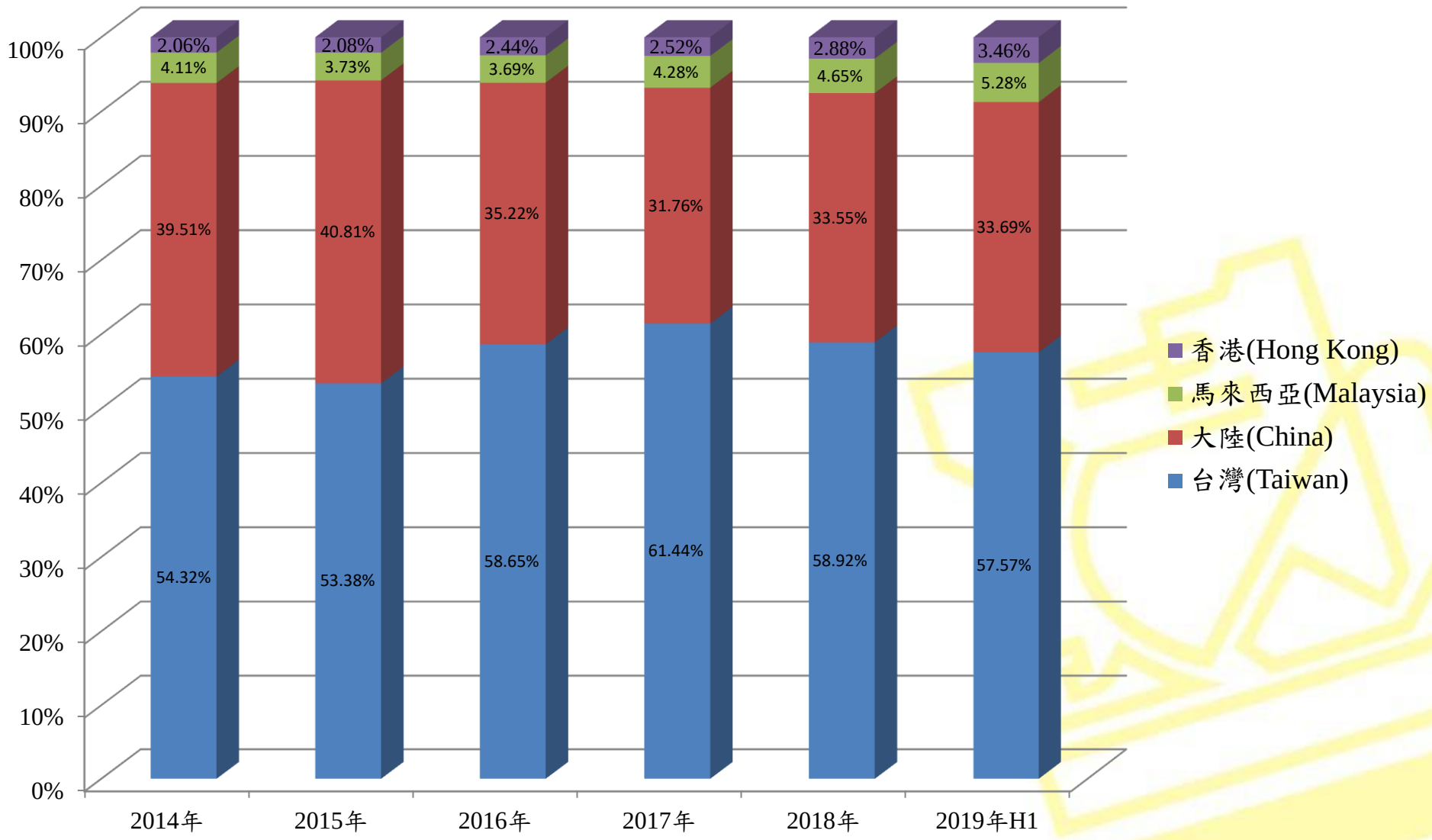
- **飲品(茶、咖啡)結合軟歐包強勢崛起**，奈雪的茶、喜茶、樂樂茶、快樂檸檬等

2. 2019年H1財務分析

歷史經營實績(合併)


營業收入
(Revenue)
稅後純益
(Net Profit after Tax)
單位：新台幣萬元
450,000
400,000
350,000
300,000
250,000
200,000
150,000
100,000
50,000
-
50,000
45,000
40,000
35,000
30,000
25,000
20,000
15,000
10,000
5,000
-
1994年度
1995年度
1996年度
1997年度
1998年度
1999年度
2000年度
2001年度
2002年度
2003年度
2004年度
2005年度
2006年度
2007年度
2008年度
2009年度
2010年度
2011年度
2012年度
2013年度
2014年度
2015年度
2016年度
2017年度
2018年度

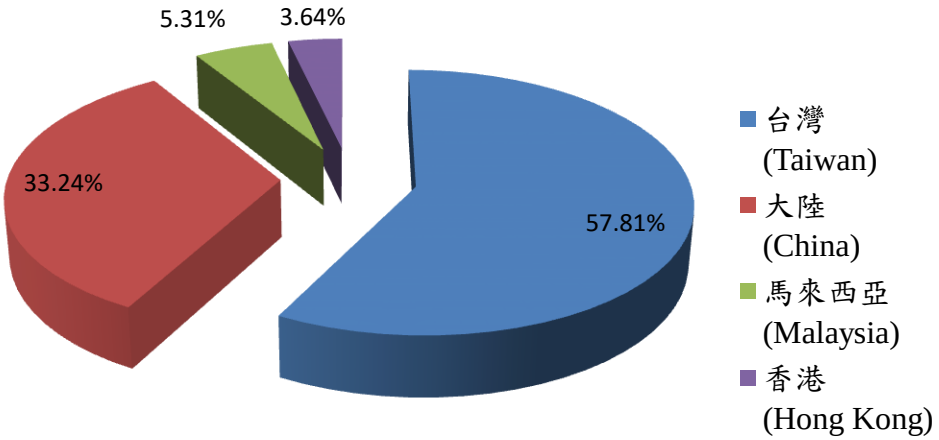
最近五年度德麥集團區域別營收比重



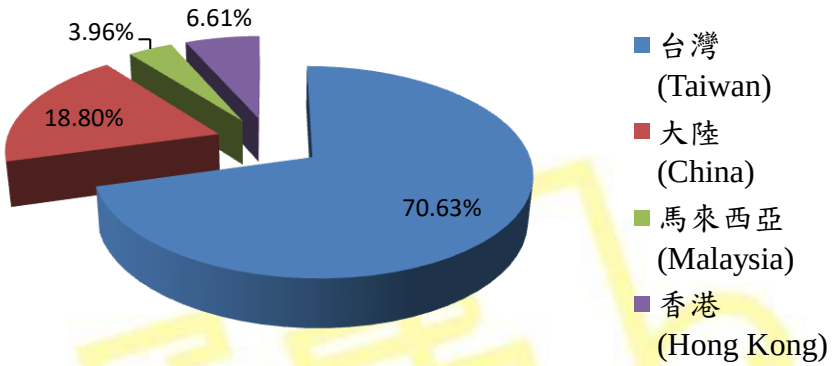
2019年上半年度度經營實績(合併)

單位：新台幣仟元

2019年前6月營收比重
(Proportion of revenue YTD June 2019)



2019年前6月利潤比重
(Proportion of net profit YTD June 2019)



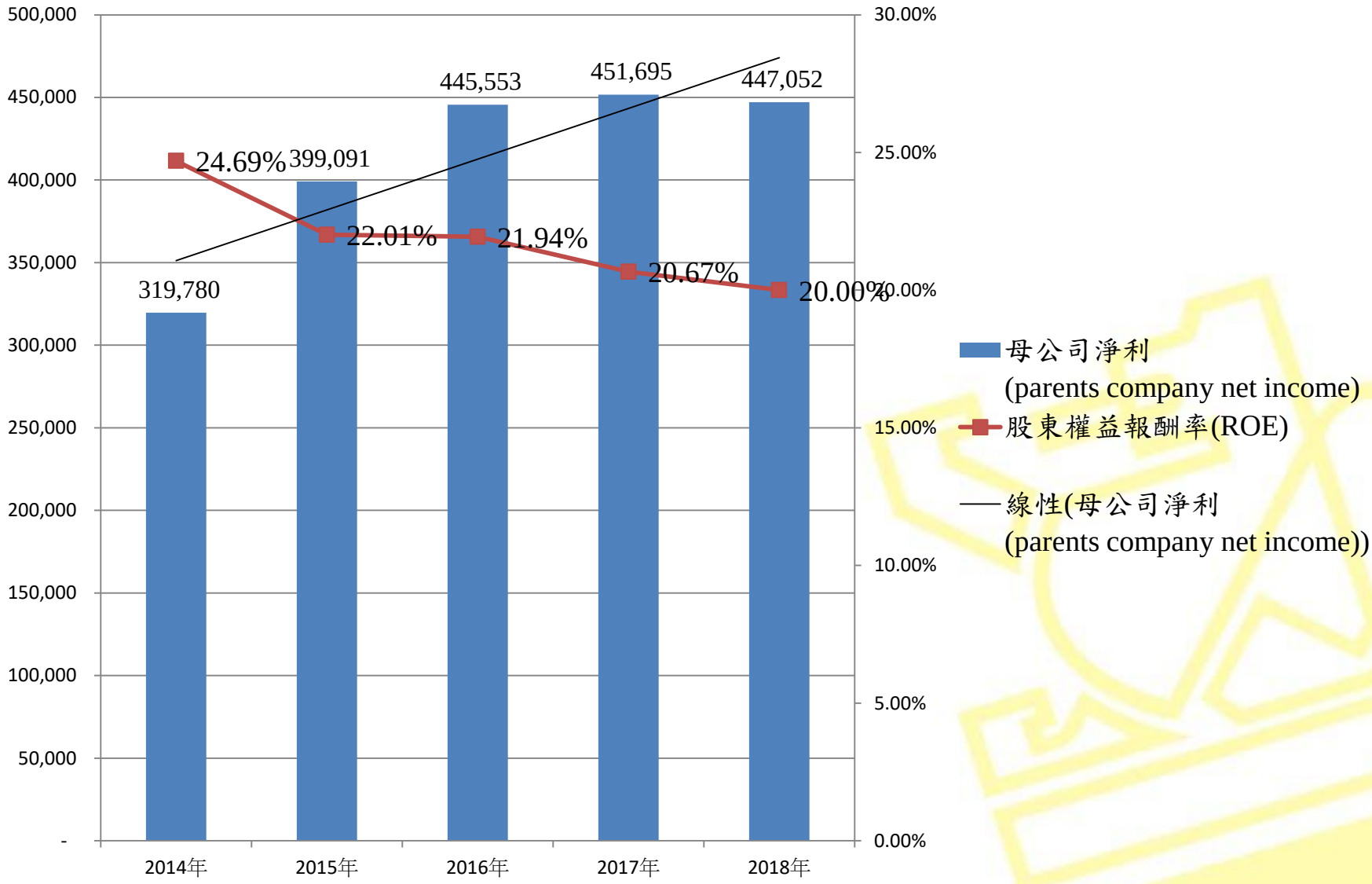
	德麥 (Tehmag)	無錫芝蘭雅 (ZBIW)	馬來西亞 (Malaysia)	香港 (Hong Kong)	天滿 (TMIW)	合併 (Group)
2019年前6月營收成長率(原幣)【Revenue growth rate YTD June 2019 (original currency)】	-2.30%	6.00%	13.44%	22.84%	13.10%	2.23%
匯率影響【Influence of exchange rate】	-	-1.72%	0.11%	4.83%	-1.72%	-0.42%
2019年前6月營收成長率【Revenue growth rate YTD June 2019】	-2.30%	4.17%	13.57%	28.77%	11.15%	1.81%

2018年度經營實績(合併)

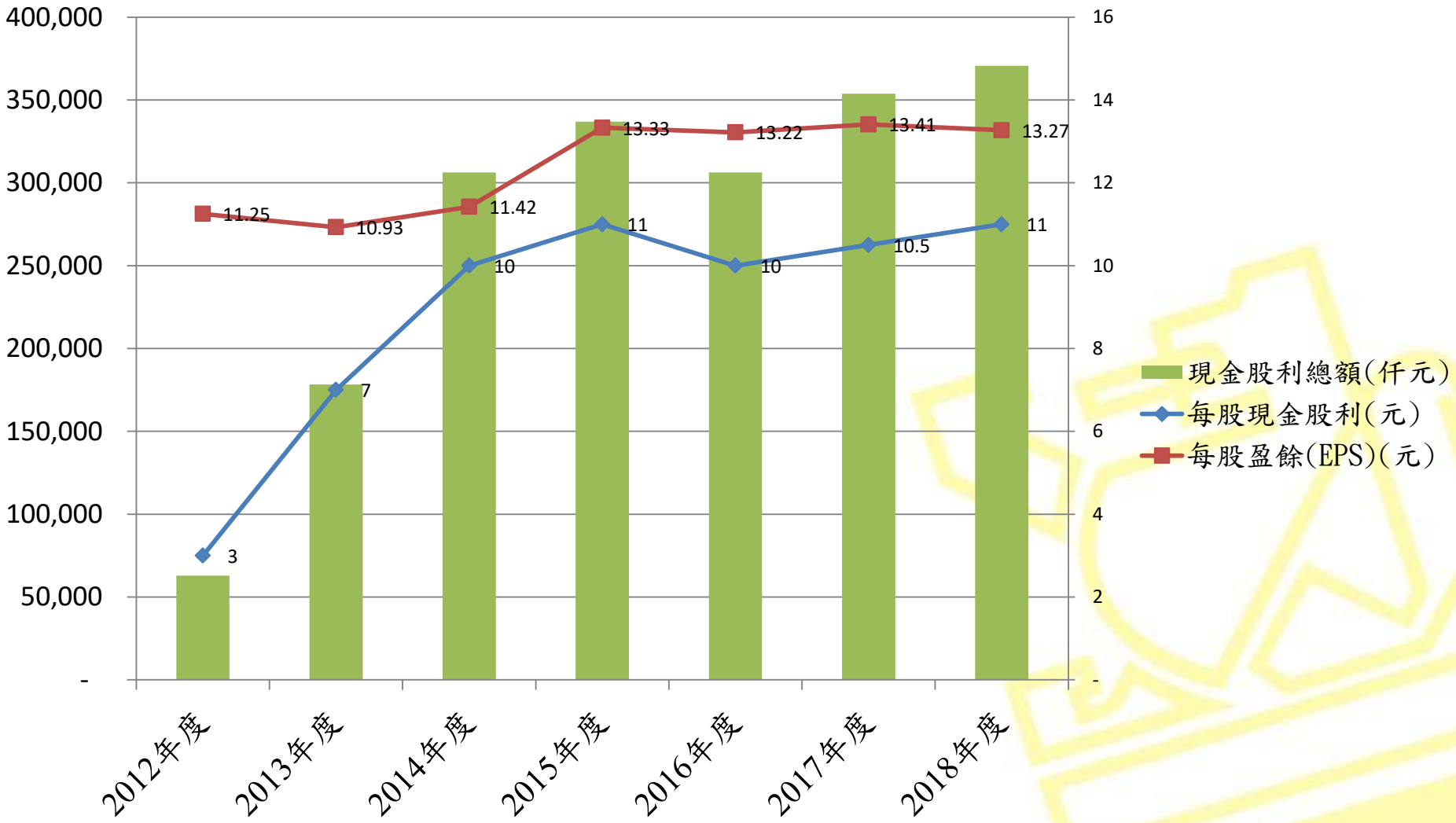
單位：新台幣仟元

合併(Group)	YTD June 2019		YTD June 2018		Increase or decrease	%
	Amount	%	Amount	%		
營業收入 (Net sales)	1,953,591	100.00	1,918,781	100.00	34,810	1.81
營業毛利 (Gross margin)	725,285	37.13	713,224	37.17	12,061	1.69
營業費用 (Operating expense)	385,474	19.73	387,372	20.19	(1,898)	(0.49)
營業利益 (Operating profit)	339,811	17.40	325,852	16.98	13,959	4.28
稅前純益(Net profit before tax)	354,756	18.16	330,267	17.21	24,489	7.41
所得稅費用(Income tax)	77,404	3.96	81,579	4.25	(4,175)	(5.12)
稅後純益 (Net profit after tax)	277,352	14.20	248,688	12.96	28,664	11.53
歸屬於母公司淨利	231,547	11.85	213,060	11.10	18,487	8.68
每股稅後盈餘(EPS)(元)	6.87		6.32		0.55	
毛利率(Gross margin rate)	37.13%		37.17%		(0.04%)	
費用率(Operating expense rate)	19.73%		20.19%		(0.46%)	
營業利益率(Operating profit)	17.40%		16.98%		0.42%	
淨利率(Net profit rate)	11.85%		11.10%		0.75%	

最近五年度股東權益報酬率(ROE)

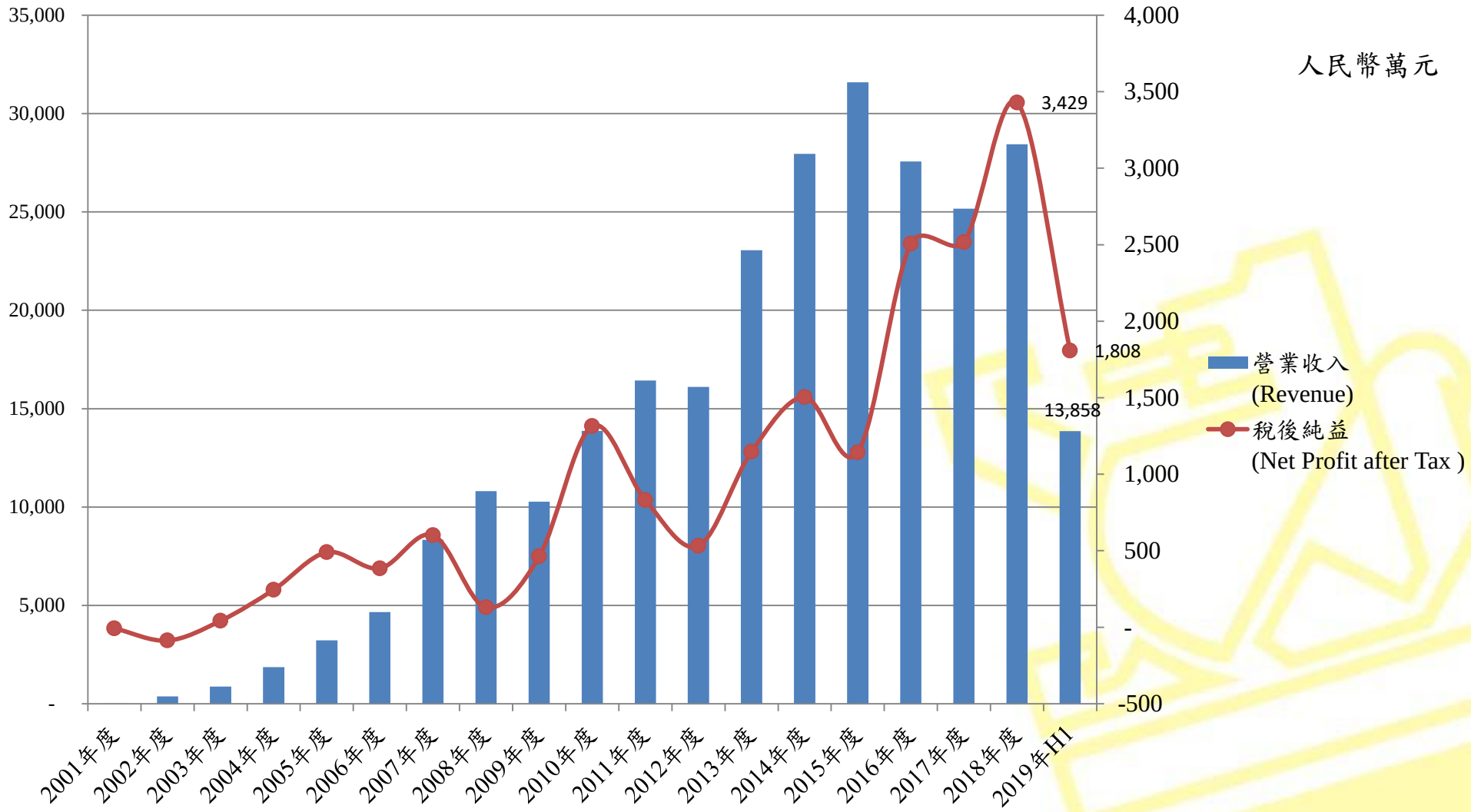


長期穩定高配息之股利政策



3.2019年H1中國大陸營運分析

歷史經營實績(ZBIW)

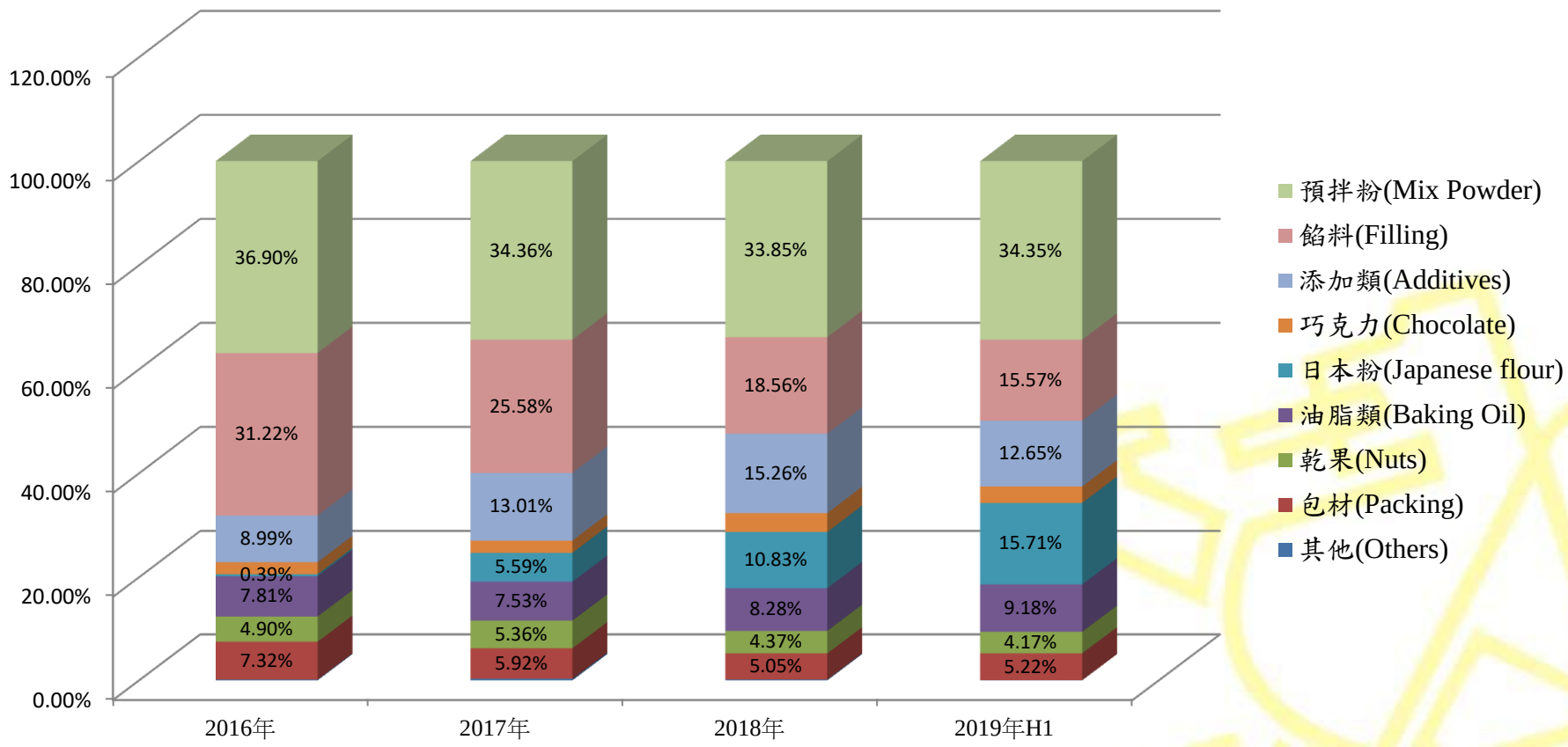

人民幣萬元
35,000
30,000
25,000
20,000
15,000
10,000
5,000
-
4,000
3,500
3,000
2,500
2,000
1,500
1,000
500
-
-500
3,429
1,808
13,858
營業收入
(Revenue)
稅後純益
(Net Profit after Tax)
2001年度
2002年度
2003年度
2004年度
2005年度
2006年度
2007年度
2008年度
2009年度
2010年度
2011年度
2012年度
2013年度
2014年度
2015年度
2016年度
2017年度
2018年度
2019年H1

2019年H1財務狀況報告 (ZBIW)

RMB Thousand

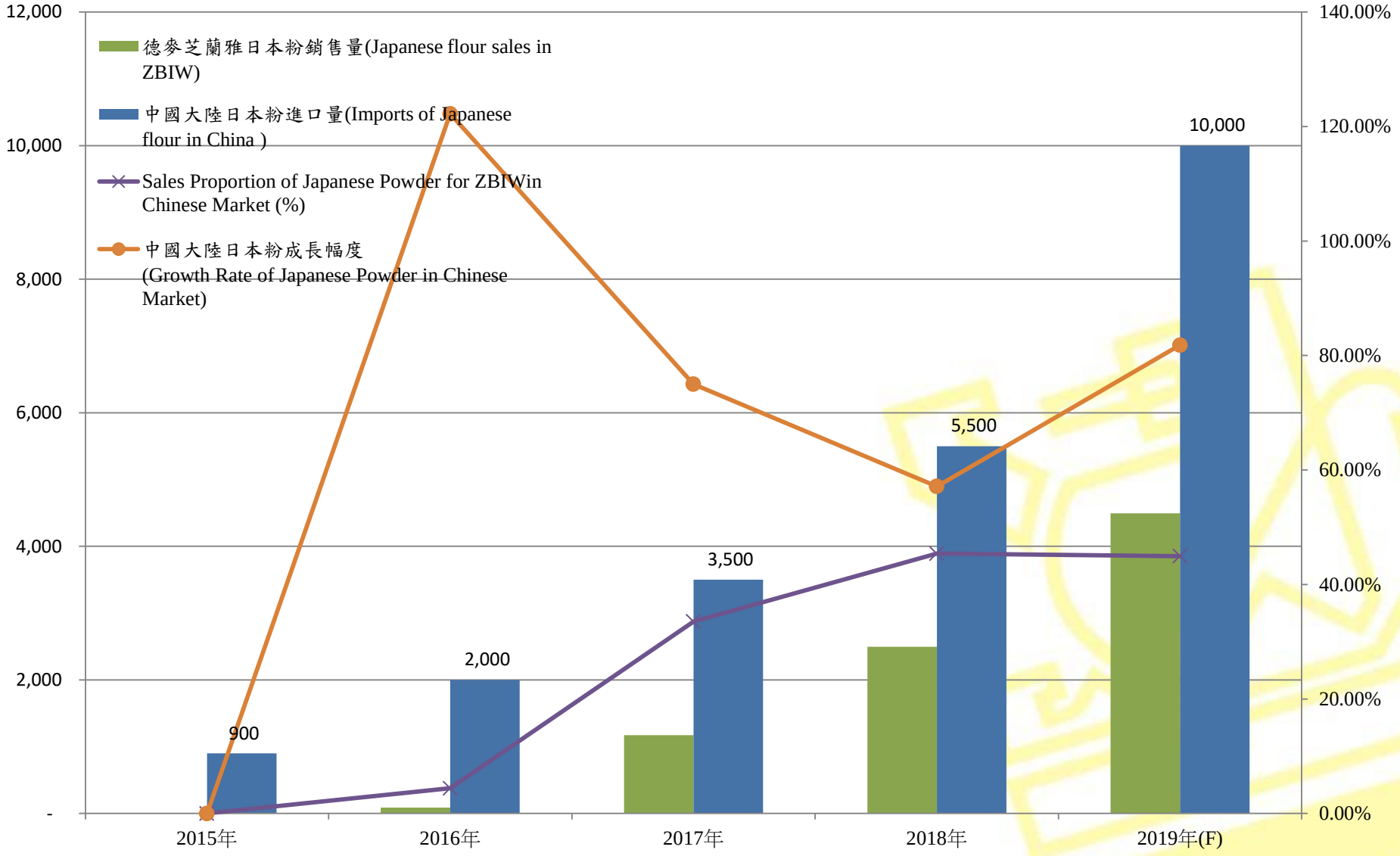
ZBIW	YTD June 2019		YTD June 2018		Increase or decrease	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%
營業收入 (Net sales)	138,577	100.00	130,742	100.00	7,835	5.99
營業毛利 (Gross margin)	54,849	39.58	50,914	38.94	3,935	7.73
營業費用 (Operating expense)	33,752	24.36	32,986	25.23	766	2.32
營業利益 (Operating profit)	21,097	15.22	17,928	13.71	3,169	17.68
營業外收支 (Non-operating items)	2,796	2.02	882	0.68	1,914	217.01
稅前純益(Net profit before tax)	23,893	17.24	18,810	14.39	5,083	27.02
所得稅費用(Income tax)	5,816	4.20	4,669	3.57	1,147	24.57
稅後純益 (Net profit after tax)	18,077	13.04	14,141	10.82	3,936	27.83
毛利率(Gross margin rate)	39.58%		38.94%		0.64%	
費用率(Operating expense rate)	24.36%		25.23%		(0.87%)	
營業利益率(Operating profit)	15.22%		13.71%		1.51%	
淨利率(Net profit rate)	13.04%		10.82%		2.22%	

產品組合(2016年~2019年H1)(ZBIW)

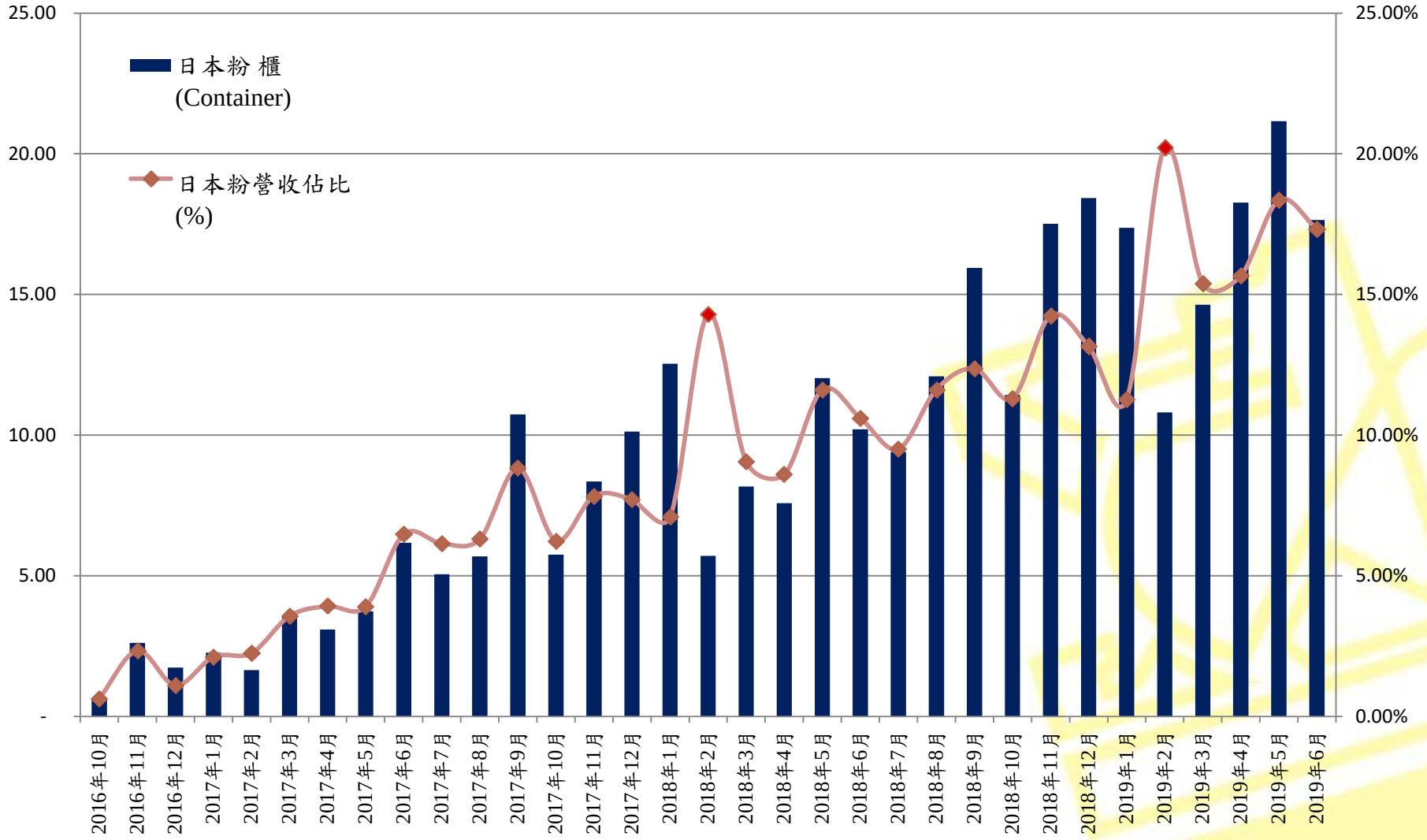


- **水果罐頭**產品市場份額逐年下滑，漸漸被新鮮水果替代
- **日本粉**在烘焙產品消費升級帶動下，比重逐步提高

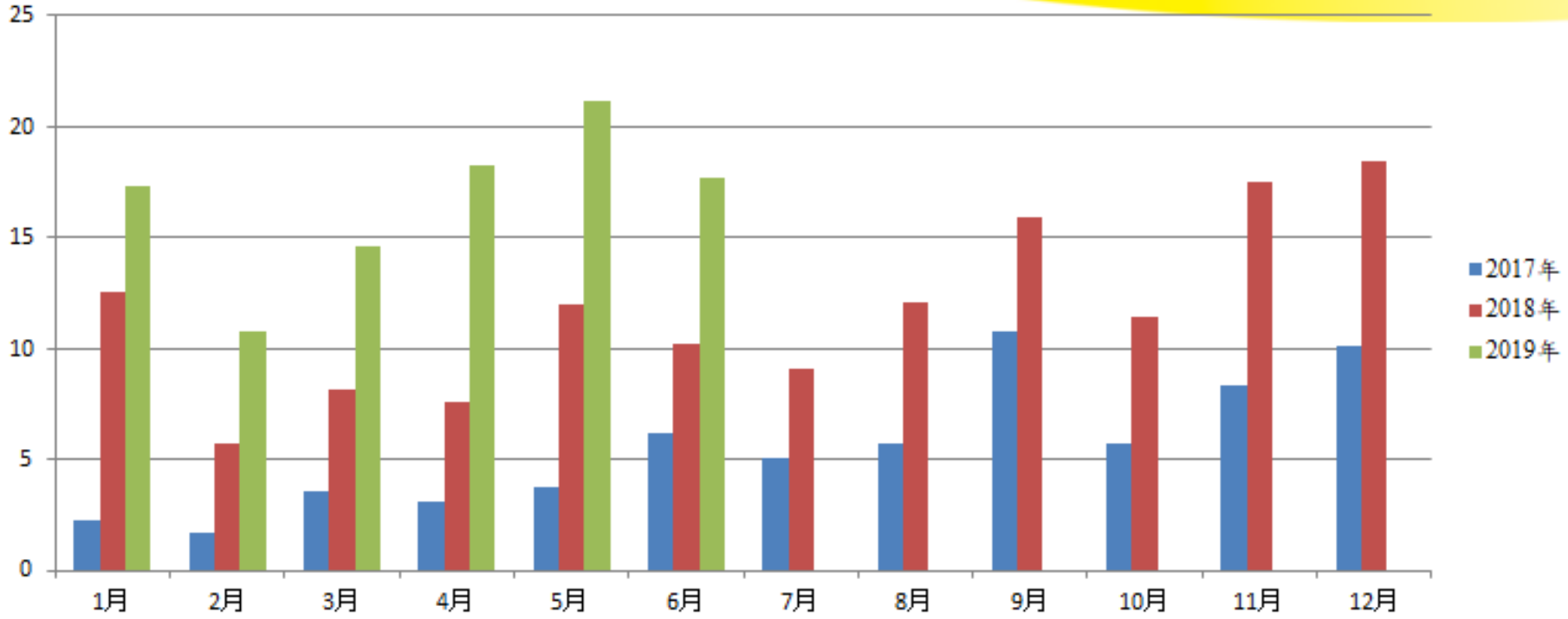
產品組合(2016年~2019年H1)(ZBIW)



產品組合(2016年~2019年H1)(ZBIW)

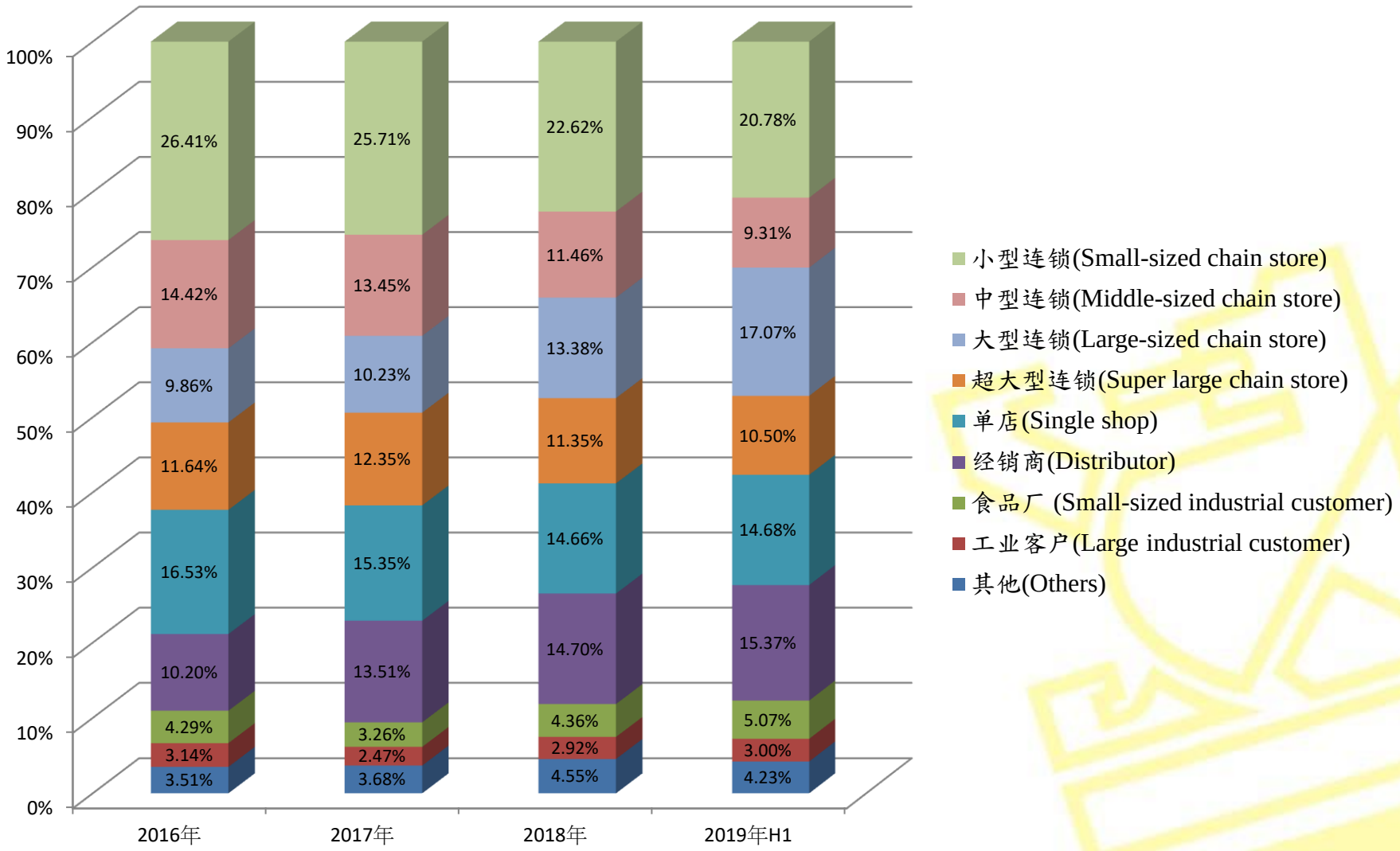


產品組合(2016年~2019年H1)(ZBIW)

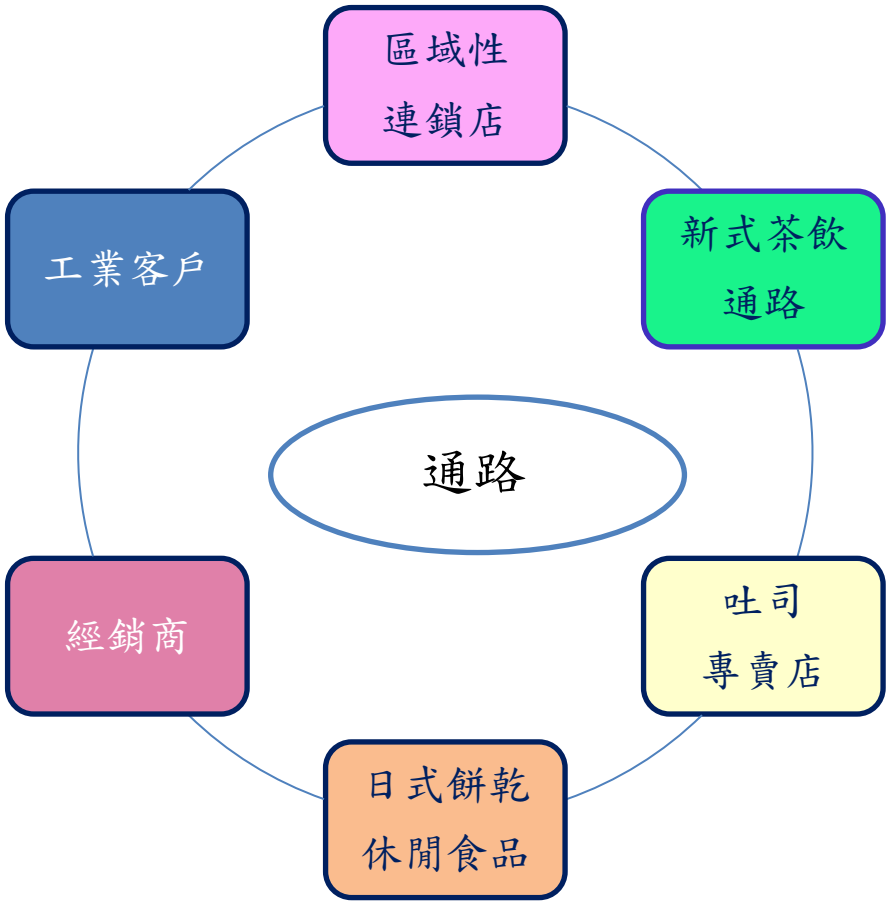


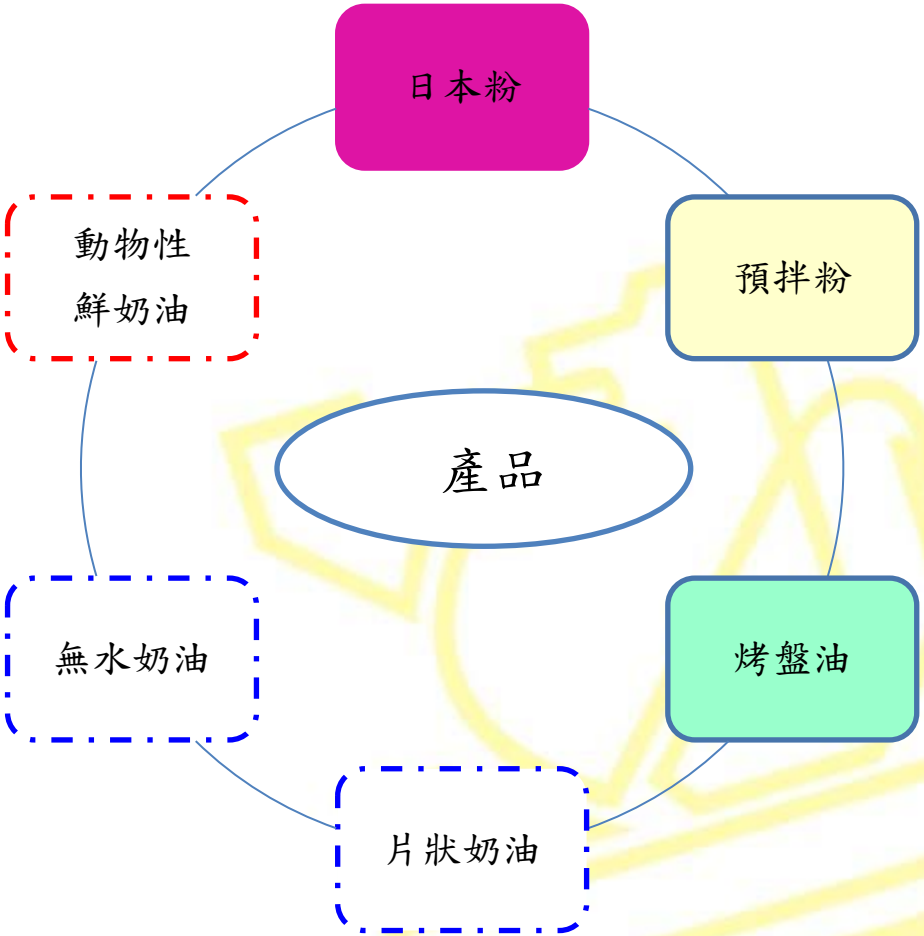
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計(Total)
2017年	2.27	1.64	3.53	3.09	3.74	6.17	5.06	5.69	10.74	5.75	8.35	10.13	66.16
2018年	12.54	5.71	8.17	7.58	12.03	10.21	9.04	12.09	15.94	11.43	17.51	18.42	140.67
增減金額(Increase/Decrease)	10.27	4.07	4.64	4.49	8.29	4.04	3.98	6.4	5.2	5.68	9.16	8.29	74.51
成長幅度(Growth range)	452.42%	248.17%	131.44%	145.31%	221.66%	65.48%	78.66%	112.48%	48.42%	98.78%	109.70%	81.84%	112.62%
2019年	17.36	10.8	14.63	18.26	21.16	17.65							99.86
增減金額(Increase/Decrease)	4.82	5.09	6.46	10.68	9.13	7.44							43.62
成長幅度(Growth range)	38.44%	89.14%	79.07%	140.90%	75.89%	72.87%							77.56%

銷售渠道分析(2016~2019年H1)(ZBIW)



現階段提升公司業績的行動方案(ZBIW)





現階段提升公司業績的行動方案(ZBIW)

客戶數 × 客單價 = 業績

- 業務單位負責
- 新客戶數
- 再成交客戶數
- 经销商客户数
- 忠实户客户数
- 工業客戶數
- 前30大產品客戶數

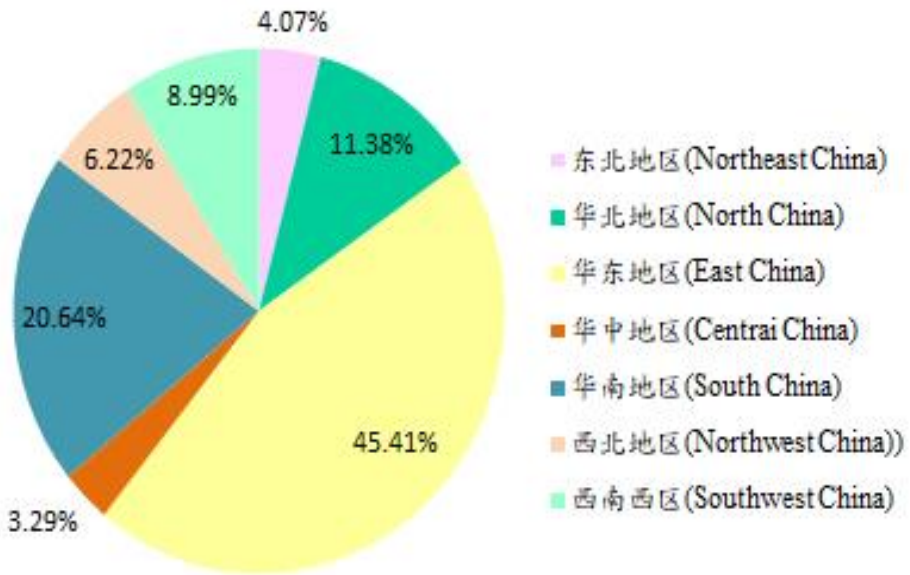
人員、通路

- 產品組負責
- 具競爭力品項

產品

區域銷售分析(ZBIW)

2019年前7月無錫芝蘭雅區域銷售業績占比
(Breakdown of Regional Performance YTD July 2019(ZBIW)



Thank You