

美吾華股份有限公司

股票代號(1731)

2022年度法人說明會

公司設立：1976年

股票上市：2001年

資本額：NTD13.3億

負責人：李成家

報告人

賴育儒 總經理



美吾華股份有限公司
Maywufa Company Limited

簡報大綱

- 公司簡介&重要營運進展
- 品牌發展
- 財務資訊

公司簡介&重要營運進展

- 創立於**1976**年
- 美吾髮工廠為全國第一家符合生產染髮劑的化妝品優良製造規範工廠。
- 自有美髮品牌—美吾髮® 榮獲經濟部遴選為「台灣百大品牌」之殊榮，為美髮用品唯一獲獎。
- 員工人數：**214**

年度	2020	2021
營業收入	1,065,325仟元	1,289,211仟元
消費用品佔比	91%	88%
醫藥用品佔比	9%	12%

消費用品



SAHOLEA
森歐黎漾®

Mustela®
慕之恬廊®

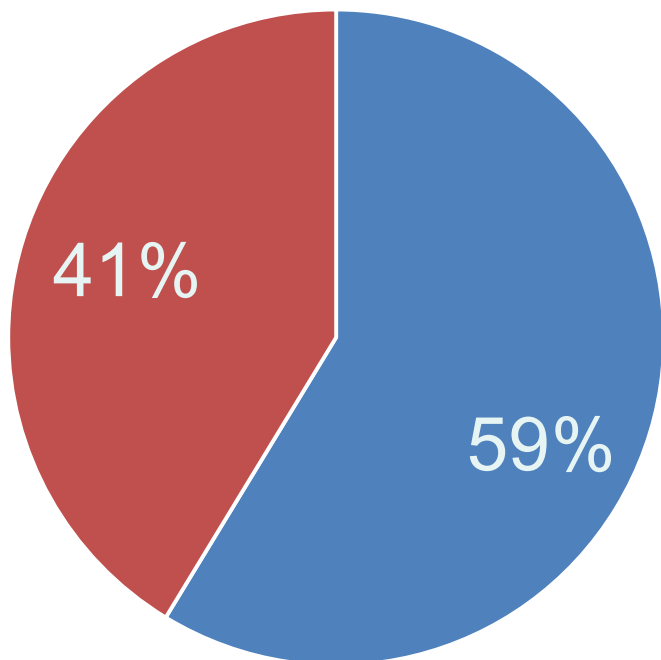
美吾髮® + SAHOLEA森歐黎漾® 自有品牌

Mustela®慕之恬廊® 為法國婦嬰品牌之台灣總代理

消費用品品類比重

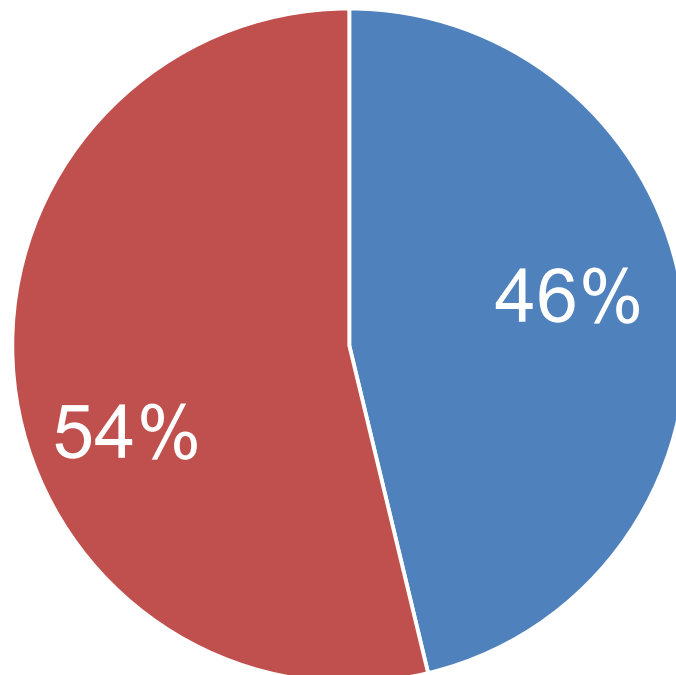
在洗浴市場創造更大的份額

2020



■ 洗沐及其他 ■ 染劑

2021

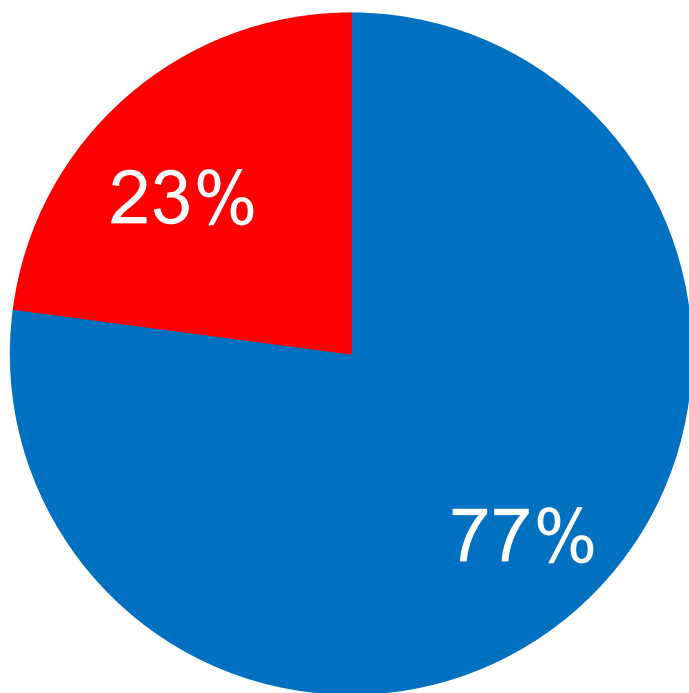


■ 洗沐及其他 ■ 染劑

通路佔比

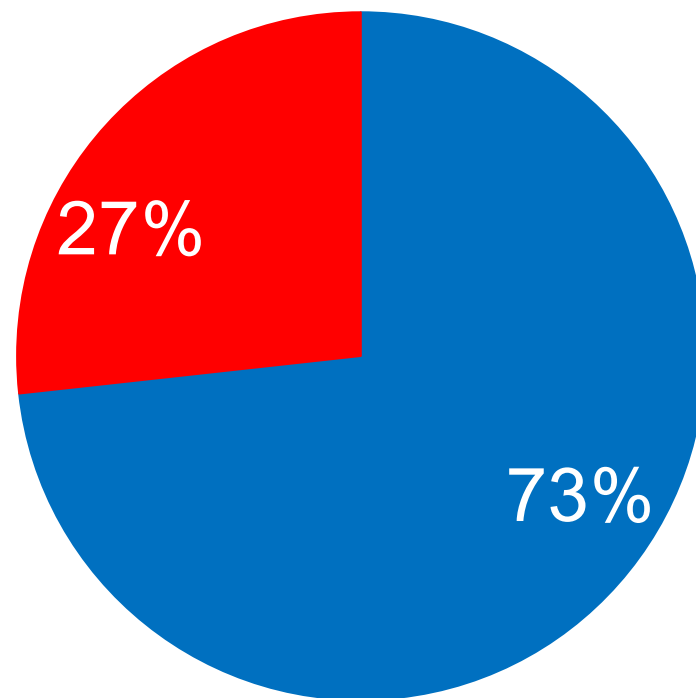
數位轉型的具體實現

2020



■ 電商通路 ■ 實體通路

2021



■ 電商通路 ■ 實體通路

全通路佈局

電 商

91APP momo 蝦皮

精 品

屈臣氏 康是美 寶雅

量 販

Costco 家樂福 大潤發 愛買

經銷婦嬰

各經銷商 Baby Store

超 市

全聯 三商家購

連鎖藥局

大樹 丁丁 佑全 啄木鳥

電視購物

東森 momo



榮選 Meta 成功案例分享

<https://www.facebook.com/business/success/saholea>

Meta

商務解決方案

平台和產品

激發靈感

教育培訓及資源



Saholéa 森歐黎漾

運用 Facebook 插播影片廣告提升知名度與購買意願

SAHOLÉA®
森歐黎漾®

M
MAYWUFA

美吾華股份有限公司
Maywufa Company Limited

榮選 Google 成功案例分享

Experiment with Google Ads

SAHOLEA drove significant brand impact and conversions through cross-channel synergy

SAHOLÉA®
森歐黎漾®

DET
DAILY ESSENCE TONER

SYCREATION
SYNCHRONIZED SKINCARE

SAHOLEA
Taiwan



The objective

SAHOLEA is one of the leading hair care brands under the Maywufa Health Group in Taiwan, offering comprehensive hair product lines catering to any type of hair conditions. With the intent to expand its product line home and gardening, they were keen to explore if incorporating display and action-oriented video ad solutions on top of existing Search ads could drive incremental conversions.

The approach

A controlled pre-post analysis:

- Pre-phase: Search only
- Test phase: Search + Discovery + Video Action campaigns

A conversion was defined as a purchase on SAHOLEA's official website.

Geo: Taiwan, Duration: 4 weeks

The insights

The cross-channel synergy unlocked significant brand lift for the clients, where customers searched more frequently for brand terms. In turn, campaign performance was further optimised by targeting brand terms for this experiment, driving overall conversions at scale.



Sales Online



Cross-product



Retail

“ By adopting cross channel solution, we are seeing significant brand impact on brand users and this further impact their purchase behavior, which ultimately reflects on the enhanced campaign performance. ”

—Fred Lai, General Manager, Maywufa TW

The results

+34%

Conversions

+18%

ROAS

+449%

Brand search lift
with 8% brand lift



SAHOLÉA®
森歐黎漾®

Google Ads

M
MAYWUFA

美吾華股份有限公司
Maywufa Company Limited

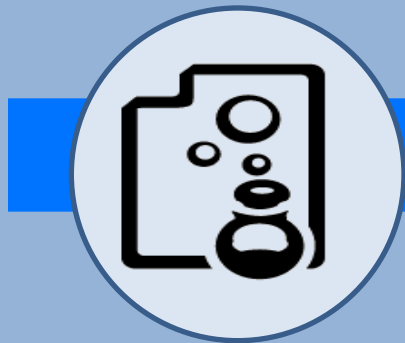
2021針對台灣洗髮精整體市場調查 美吾髮+森歐黎漾為台灣品牌第一名(凱度市調報告)



一條龍的整合能力



SAHOLÉA
森歐黎漾®



研發



製造



市場行銷



銷售



美吾華股份有限公司
Maywufa Company Limited



美吾華化妝品 GMP智慧工廠

- 「化妝品優良製造準則(GMP)」及「EEWH綠建築標章」現代化的美妝品製造綠色工廠。
- 節能、減碳，降低地球生態負擔，與環境共存與共榮。



美吾華股份有限公司
Maywufa Company Limited

GMP廠開工動土典禮



自動倉儲鋼構建築結構完工(1H/2022)



預計2024年完工



品牌發展



美吾髮快染 台灣染髮市場的長青樹

□ 98%消費者指名回購

□ 鞏固既有客群

□ 與時俱進 爭取新進

熟齡消費者



美吾髮

98%消費者
一致指名回購^註

美吾髮 快速護髮染髮霜

66
天
快速
護髮染髮霜

5
天
快速
護髮染髮霜

7M
天
快速
護髮染髮霜

4倍植護科技 維護頭皮健康

美吾髮購物網
BEAUTY.MALL

下載美吾髮APP
就送\$300!

各大賣場均有販售

*此類染髮劑與傳統髮膠/自然黑髮比較，具有4.29倍植護成分(含含天然植物萃取，維護頭皮健康)。根據2021年3月進行之1459名消費者使用調查，有98.1%表示願意再次購買。

美吾髮植優 輕熟齡時尚首選

- 搶攻輕齡彩染族群
- 強力數位行銷 優選合作通路
- 搭配補色刷 延伸產品線

美吾髮 植優

解決白髮 就靠專業的
美吾髮植優護髮染髮霜

新上市
輕盈感髮色

3C
霧感焦糖棕

3G
亞麻灰棕

美吾髮 植優
Dr. Ming-Yan

吳明穎
皮膚專科 吳明穎醫師

The advertisement features two women: one in a white lab coat with '美吾髮 植優 Dr. Ming-Yan' on the chest, and another in a light blue top holding a product box. Two product boxes are shown in the center: '3C 霧感焦糖棕' and '3G 亞麻灰棕'. The background is a soft-focus indoor setting with plants.

美吾髮香水 國民洗髮精

- 產品升級、優化曝光，銷售持續成長
- 知名IP聯名，獲取新客、銷售與市場聲量



森歐黎漾 成長動能最大的新銳品牌

□ 網路原生概念出

發，數位時代產物

□ 成功落地, 業績加倍

□ 公司數位轉型的領
頭羊

SAHOLÉA®
森歐黎漾®

洗髮精我只用
森歐黎漾

產品榮獲各項國際大獎肯定

品牌代言人 吳曉儀

The advertisement features a woman with long hair smiling, with three bottles of SAHOLÉA hair care products (red, white, and blue) in the center. The background is a soft-focus outdoor scene. Handwritten-style text in Chinese is overlaid on the top left. At the bottom, there are four award logos: 'BEAUTY 201-2020 AWARDS Finalist', 'GLOBAL MAKEUP AWARDS 2021', 'SILVER AWARD', and another award logo.

慕之恬廊 歐洲母嬰肌膚照護第一品牌

▣ 操作近20年,台灣為全球代理商1st

▣ 線上線下 50 / 50 全方面均衡覆蓋



慕之恬廊®
嬰幼兒及孕媽咪 肌膚照護專家
- 天然植萃 守護寶寶及全家 -

效果專家評估 (E) 法國進口 (F) 成分源自天然

品牌多元化操作

➤ 主流媒體 → 自媒體

➤ 主流品牌 → 多品牌策略



BEAUTYMAX 全聯門市獨家販售 | 蝦皮購物

線上線下雙引擎

- 目前電商營收佔比27%，大幅領先業界平均10.8% (依據主計總處統計之電商佔整體零售業比重)。
- 目標 → 電商營收佔比30%+

財務資訊

流動比率212%
負債比率低
財務結構健全

一、簡明合併資產負債表

單位：新台幣仟元

科目	111.3.31	%	110.12.31	%
流動資產	1,339,119	50	1,366,710	51
非流動資產	1,354,539	50	1,325,729	49
資產總計	2,693,658	100	2,692,439	100
流動負債	630,432	24	378,058	14
非流動負債	8,361	-	308,480	12
負債合計	638,793	24	686,538	26
股本	1,329,152	49	1,329,152	49
資本公積/保留盈餘等	725,713	27	676,749	25
權益合計	2,054,865	76	2,005,901	74
負債與權益總計	2,693,658	100	2,692,439	100

二、簡明合併損益表

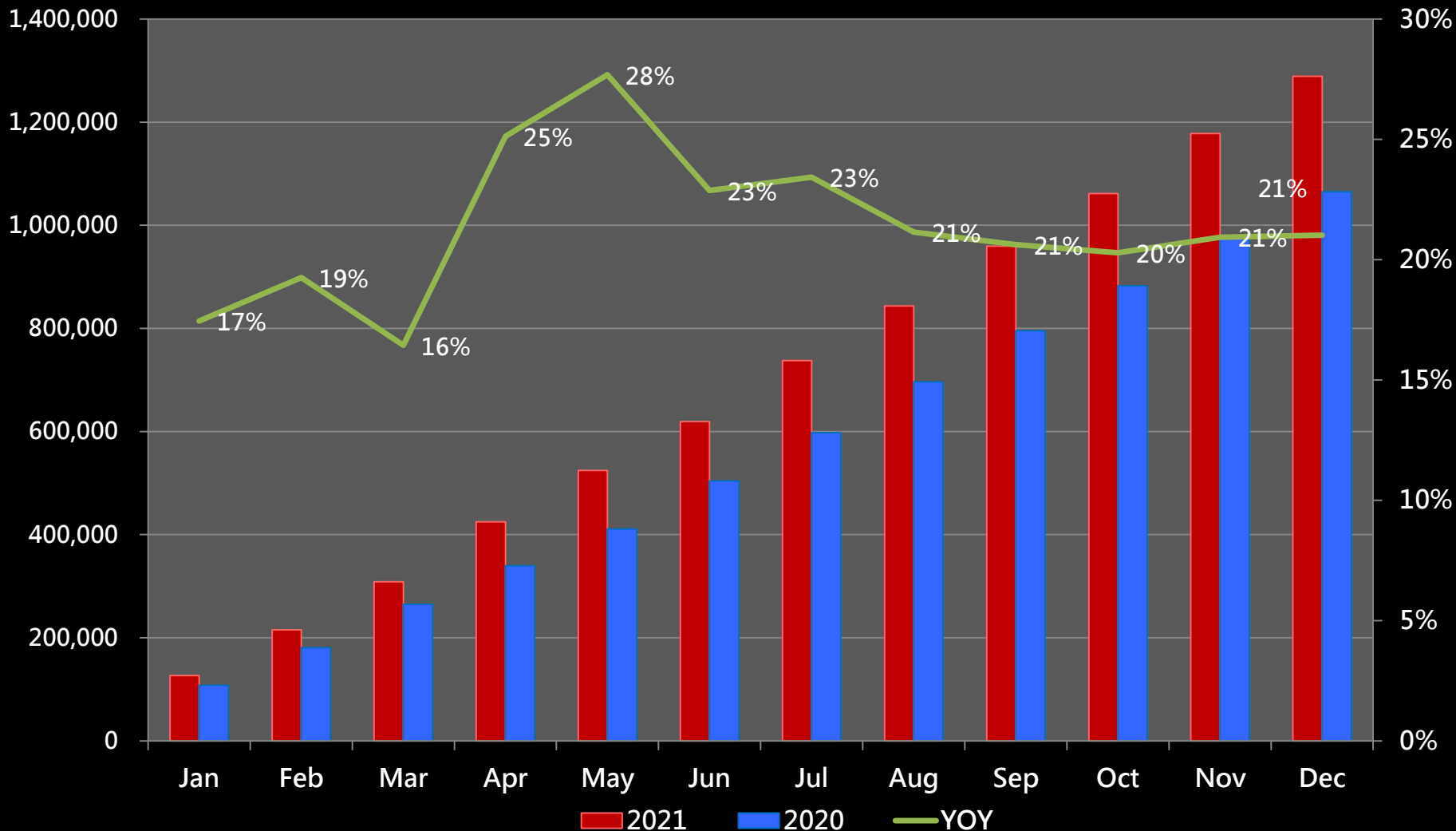
1. 營收比去年同期成長10%
2. 營業淨利及稅前淨利比去年同期雙雙成長

單位：新台幣仟元

科 目	111年第一季		110年第一季		增減率%
	(A)	%	(B)	%	(A-B)/B
營 收 淨 額	338,394	100	308,633	100	10
營 業 毛 利	224,718	66	200,323	65	12
營 業 費 用 及 其 他	(160,553)	(47)	(137,907)	(45)	16
營 業 淨 利	64,165	19	62,416	20	3
營 業 外 收 支 淨 額	(187)	-	(2,913)	1	(94)
稅 前 淨 利	63,978	19	59,503	19	8
淨 利	49,537	14	45,977	15	8
每 股 盈 餘(元)	0.37		0.35		6

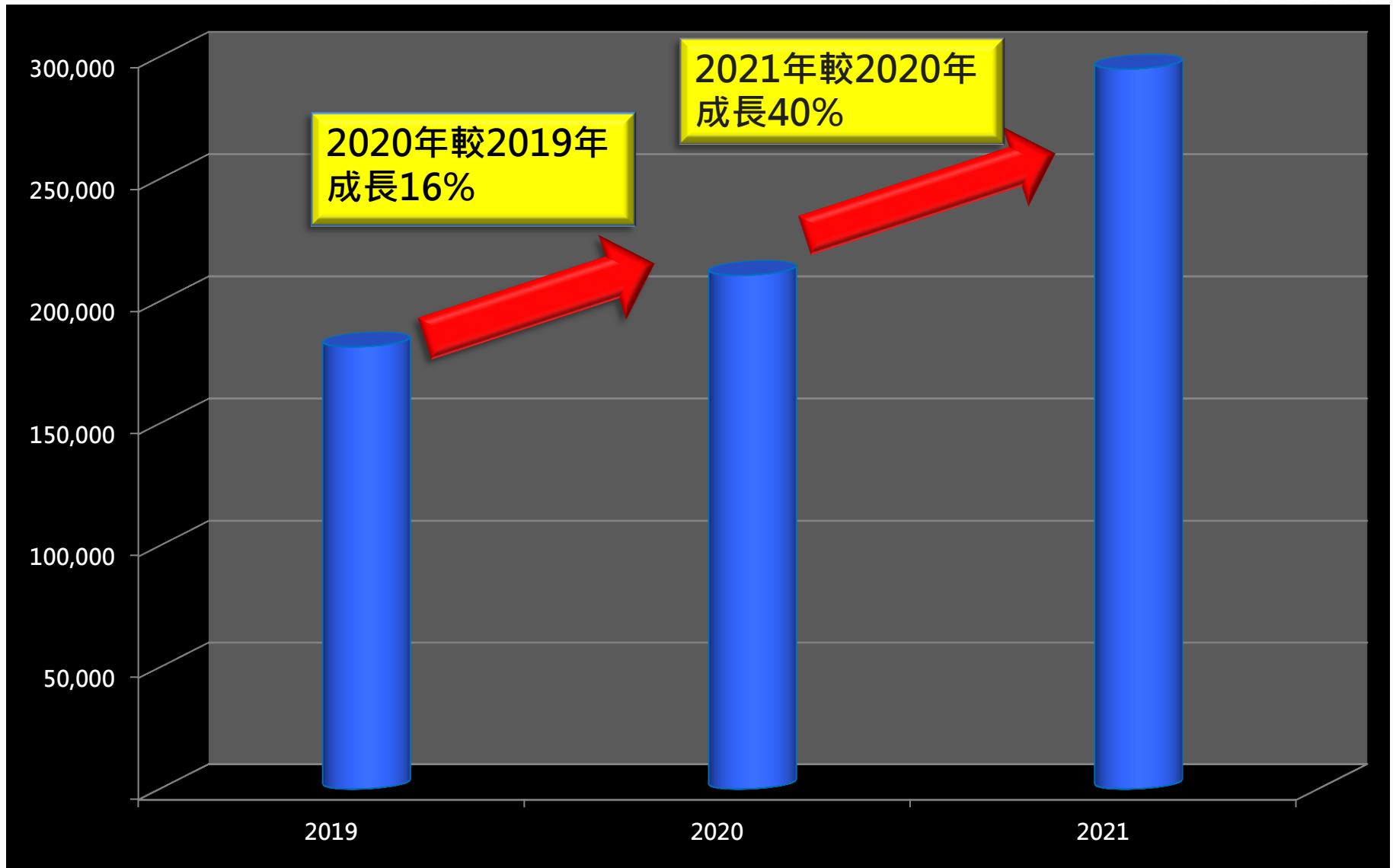
YTD 2021 整體營收成長21% YOY

單位：新台幣仟元

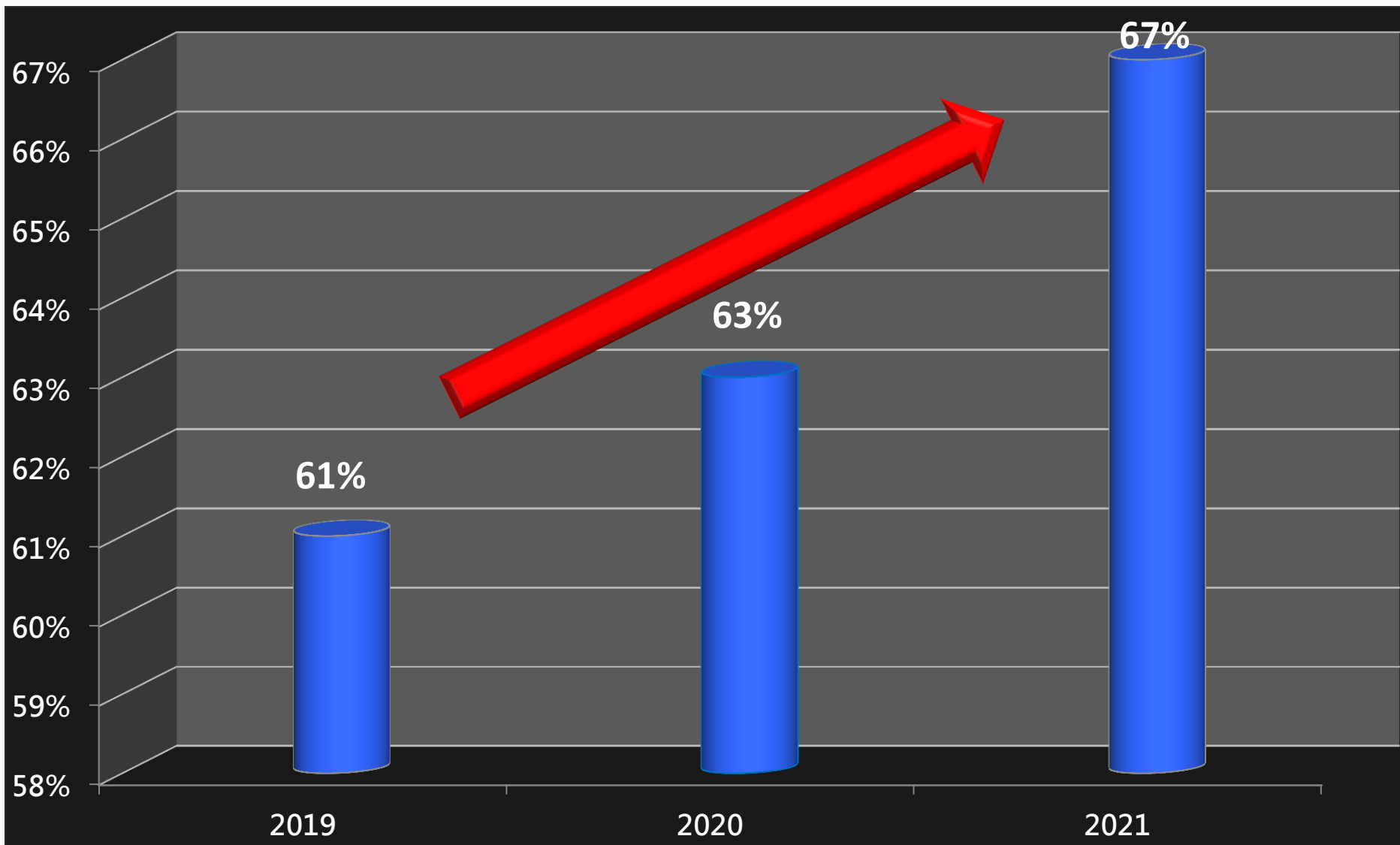


電商營收過去3年持續大幅成長

單位：新台幣仟元

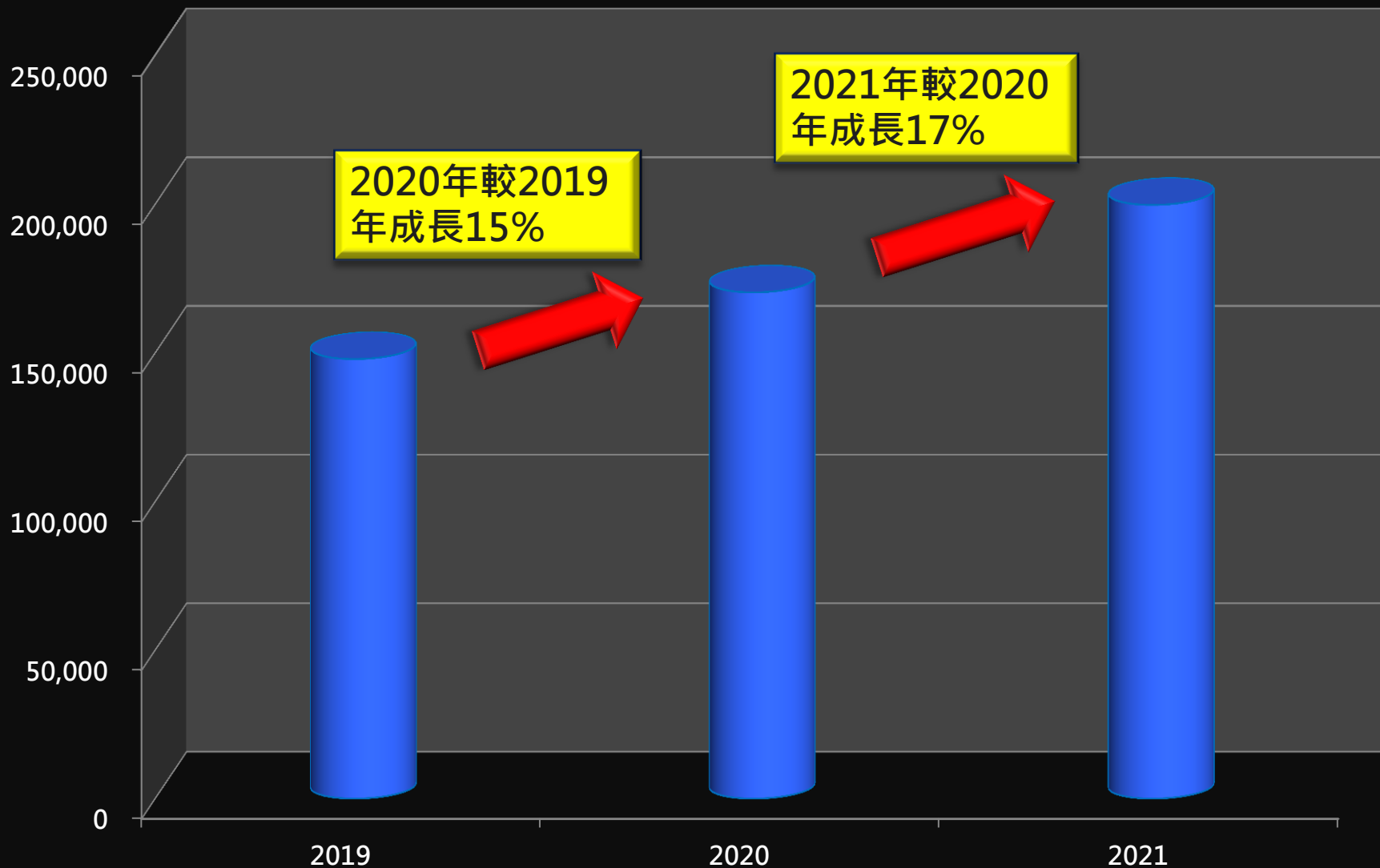


毛利率逐年攀升



營業淨利持續成長

單位：新台幣仟元



提升股東報酬-現金股利殖利率連續兩年>6%

項目/年度	2018年	2019年	2020年	2021年
淨利(仟元)	75,765	100,605	171,002	164,321
每股盈餘(元)	0.57	0.76	1.29	1.24
每股現金股利(元)	0.5	0.6	1	1.17
現金股利殖利率	3.68%	4.57%	6.50%	6.13%

謝謝指教!