



士林紙業股份有限公司  
**SHIHLIN PAPER CORP.**

股票代號：1903

法人說明會

2019年12月13日

# 免責聲明

- 本簡報與同時發布之相關訊息，取自公司內部與外部資料，及對未來的展望，反映本公司迄今對未來的看法。對於這些看法在未來若有任何改變或調整時，本公司不負責隨時提醒或更新。
- 本公司並未發布財務預測，簡報中有關公司的財務、業務或Q&A之說明，可能與未來實際結果存有差異。此差異原因可能包括市場需求變化、出廠價格波動、同業競爭行為、上下游供應鏈等其他各種本公司所不能掌控之風險因素。
- 此簡報及其內容未經本公司書面許可，任何第三者不得任意取用。



# 公司簡介-1

- 士林紙業股份有限公司原轄有士林、永安二紙廠。士林紙廠設於民國七年，原為台灣製紙株式會社，為台灣最早設立之機械造紙廠
- 台灣光復後政府接收士林、羅東、大肚、新營、小港等5紙廠，成立台灣紙業公司，隸屬資源委員會復改隸經濟部，為國營事業。
- 民國43年政府實施耕者有其田政策，台灣紙業公司移轉為民營，民國47年中應股東要求辦理分營，士林紙廠遂於民國48年1月1日正式成立士林紙業股份有限公司。

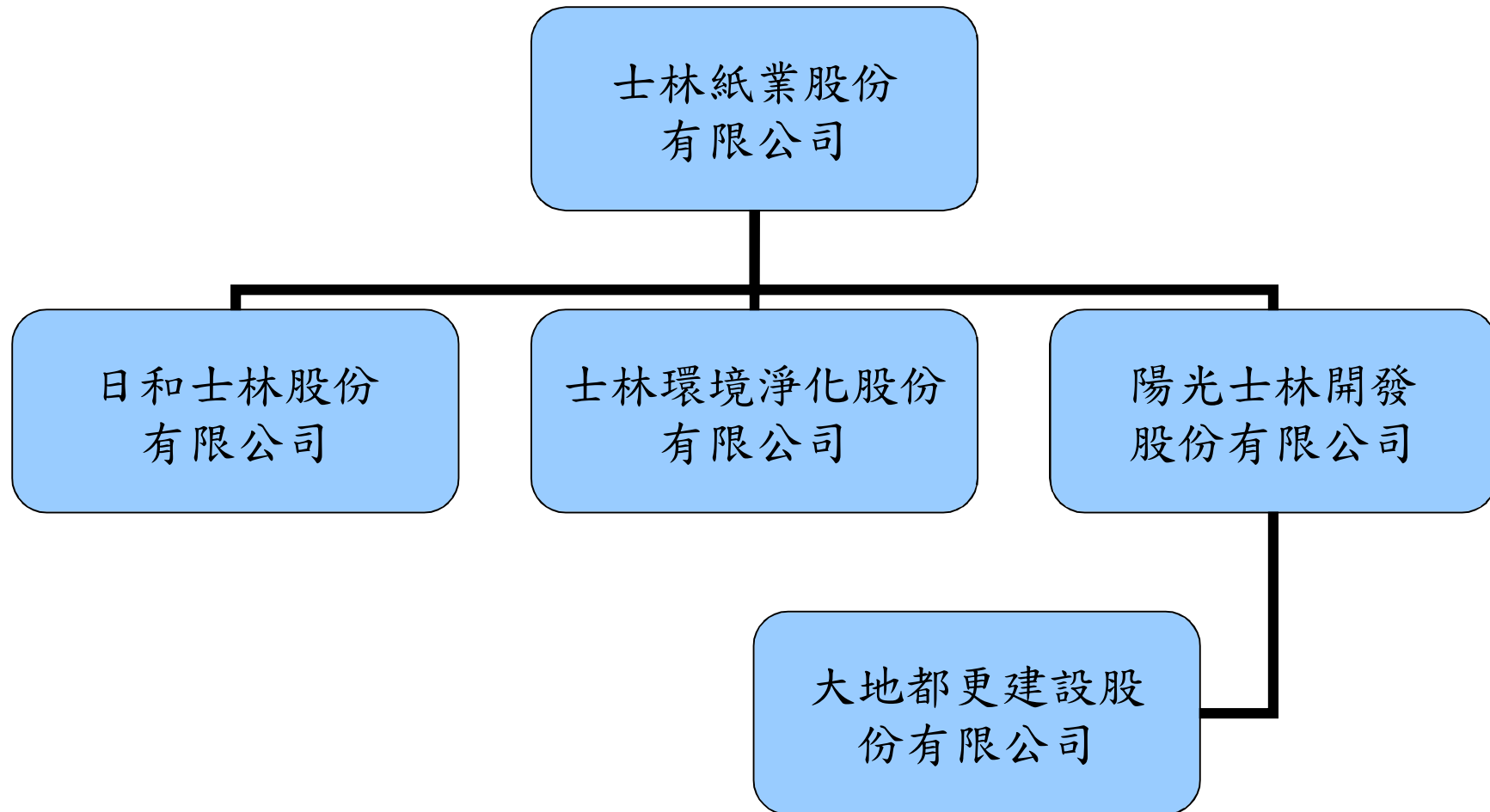


## 公司簡介-2

- 士林紙業股份有限公司，轄有士林、永安兩紙廠。民國87年12月20日關閉士林廠，永安紙廠亦於民國103年10月停止生產線運作。
- 本公司及子公司主要從事紙類加工品之產銷及投資開發。
- 順應市場變化與需求，逐步轉型調整經營項目，增加銷售濕紙巾、面膜、保養品、防蚊等系列產品。



# 關係企業組織圖



# 關係企業主要營業項目

企業名稱	主要營業或生產項目
日和士林股份有限公司 Sunnyfield Shihlin Co., Ltd	美容保養品研發設計 及批發等相關業務
士林環境淨化股份有限公司 Shihlin Environment Co.,Ltd	投資開發及都市更新 重建等相關業務
陽光士林開發股份有限公司 Sunshine Shihlin Dev Co.,Ltd	住宅及大樓開發租售 業及不動產租賃等相 關業務
大地都更建設股份有限公司 Good Earth Development Co.,Ltd	都市更新重建等相關 業務



# 業務範圍

## 1. 濕紙巾：

- (1) 濕紙巾自有品牌“獅子寶寶Baby Lion”之經營。
- (2) 嬰兒濕紙巾、成人濕紙巾、女性私密濕巾及輕漾系列產品。
- (3) 防蚊液、防蚊夾、防蚊貼系列產品推展。
- (4) 獅子寶寶洗沐系列及成人洗沐用品之產品推展。

## 2. 保養品：

- (1) 面膜自有品牌“氧顏森活Forest Beauty”之經營。
- (2) 14天新生舒活系列保養品之推展。

## 3. 投資有關事業及政府獎勵投資之事業。

## 4. 委託營造廠商興建商業大樓，國民住宅，出租，出售業務。



# 產品介紹-1

- 超純水系列 Ultra Pure Water Wet Wipe



## 產品介紹-2

- 輕漾系列 Mini pocket pack Series



- 女性私密 Feminine Wipes



# 產品介紹-3

- 防蚊系列 insect repellent



# 產品介紹-4

- 洗沐系列 Wash & Shampoo Series



# 產品介紹-5

- 護膚系列      Repairing Barrier Series

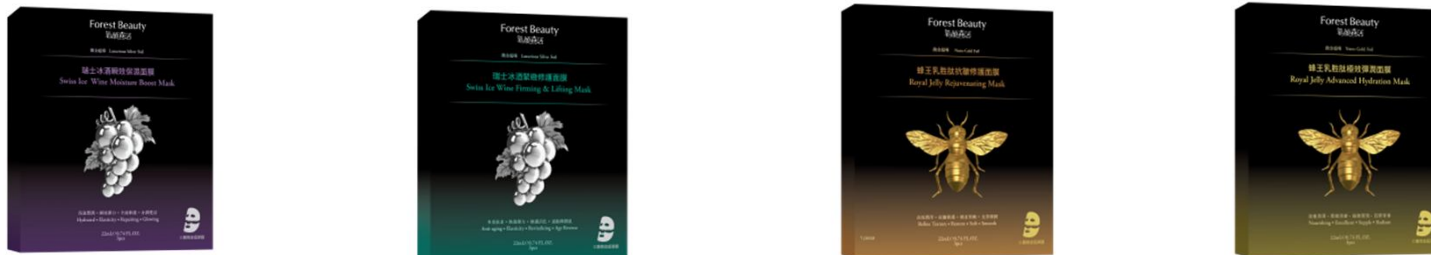


## 產品介紹-6

- 森果系列面膜 Natural Botanical Series



- 微金超導系列面膜 Nano Gold Foil Series



# 產品介紹-7

## • 抗老緊緻胜肽雙效系列面膜

**IDEALIFT™ Perfection Ultra Lifting Peptide**



## • 尖端海外版-生物纖維系列面膜

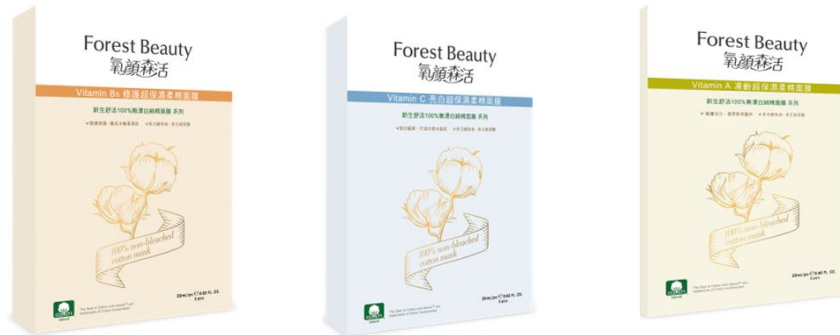
**Bio Cellulose Series**



# 產品介紹-8

- 新生舒活100%無漂白純棉系列面膜

100% Non-Bleached Cotton Ultra-Nourishing Series



- 有機棉系列面膜 Organic Cotton Mask Series



# 產品介紹-9

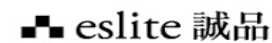
- 14天新生舒活系列保養品

14-Day Skin Renewing & Revitalizing Series



# 銷售通路概況

- 實體通路



- 線上通路



# 營業計畫概要

- 1、重視環保、拒絕化學物質是消費者最重視一環，無論是濕紙巾或防蚊系列產品，堅持「安全」「無毒」為主訴求，成人市場以方便攜帶的包裝為主。
- 2、隨著網路的發達，帶動社群媒體的發展，透過部落格文字或美妝影音頻道已成為保養品牌和消費者溝通的重要管道，公司將多運用網路媒體，集結口碑勢力，為公司品牌認證。
- 3、規劃參加國際展覽，積極尋找海外代理商，將銷售版圖向外拓展。



# 法規環境及總體經營環境之影響

- 1、濕紙巾全系列產品皆經檢測合格，符合相關法令規定，提供消費者最優質安心的品質。
- 2、本公司近年來持續發展創新與產值高的產品，同時強化研發及行銷能力並培植人才亦為公司未來之重點發展策略。
- 3、未來本公司仍秉持務實精神，努力挑戰各階段任務，努力經營消費性產品之市場，務必達成目標，並善盡社會責任，以為股東與全體員工創造更大利潤與最佳福利繼續努力。



# 產業概況

1. 雖然濕紙巾市場消費族群仍以嬰幼兒為主，為滿足生活型態改變需求，功能性發展空間有潛力，如抗菌濕巾、廚房濕巾、地板濕巾、生理濕巾。
2. 由於環保意識抬頭，友善生態環境成份是趨勢也是政府對居家環境的整潔，除品質的柔軟、安全、便利性外未來重視環保，降低污染更是重要趨勢。
3. 消費者生活型態與使用習慣的改變，濕紙巾產品使用對象，漸趨向不同族群個人清潔與家用清潔的特殊需求。  
市場的產品需求不斷成長，故以不同不織布材質，差異化產品不斷產出，於台灣，亞洲市場需求佔有重要消費量。
4. 由消費者關注市場議題而發展新產品，從講究天然成份及保護海洋環境掌握先機，喜歡嘗試新的面膜，氧顏森活陸續推出不同系列、不同訴求的新品，除了面膜布材質要有差異性外，面膜精華液配方也特別選用可滿足市場訴求之成分。
5. 更多保養品牌強調包裝減量、不走精緻漂亮包裝，改採簡約風格，甚至以回收空罐計劃回饋消費者，這是未來趨勢。
6. 現代生活壓力大，消費者藉由「疼愛自己」體現在對保養品的需求上，重視產品成份的效能甚於價格，因此中高價位產品會是主打產品。



# 市場分析

1. 公司主要產品之銷售地區現以國內為主，分北桃竹苗、中南二區，目前正積極開發全球市場。
2. 未來之供需狀況與成長性：依據專業市場研究市調統計資料，顯示濕紙巾與保養品市場持續成長，濕巾以平價與純水為主流，而保養品以美白功能、友善生態環境、天然有機為主流。再依據不同價位消費族群，做訂價策略。
3. 因抗老化觀念普及，使用保養品的年齡層逐年降低，是面膜保養品市場開發具有成長動能的族群。
4. 發展願景之有利與不利因素：
  - (1) 有利因素：國內秉持提供給消費者安心產品理念，以天然有機原料成份及優質品管，符合追求天然成份的消費族群。
  - (2) 不利因素：國內面膜品牌眾多，消費者對產品的信心來自於廠商長期累積的商譽，公司需提供強而有力品質保證，及貼近消費者心聲的行銷策略來吸引消費者之支持，以突破進入障礙。



# 士紙損益表

單位：新台幣仟元

	2019/1-9月	2018/1-9月	變動%	2018	2017	2016
營業收入	79,575	93,541	-15%	117,772	77,747	33,245
營業毛利(損)	34,391	39,469	-13%	48,535	28,268	(9)
營業淨利(損)	(29,392)	(14,383)	104%	(23,660)	(53,456)	(93,029)
稅前淨利(損)	(130,635)	(131,596)	-1%	(166,806)	(170,453)	(182,904)
所得稅費用	0	0	0%	0	0	0
本期淨利(損)	(130,635)	(131,596)	-1%	(166,806)	(170,453)	(182,904)
營業毛利率	43%	42%	2%	41%	36%	0%
營業淨利(損)率	-37%	-15%	147%	-20%	-69%	-280%



# 合併損益表

單位：新台幣仟元

	2019/1-9月	2018/1-9月	變動%	2018	2017	2016
營業收入	125,864	146,424	-14%	218,526	186,320	69,565
營業毛利(損)	37,463	23,088	62%	46,827	51,466	(5,990)
營業淨利(損)	(140,803)	(141,962)	-1%	(171,908)	(165,236)	(213,442)
稅前淨利(損)	(130,635)	(131,596)	-1%	(166,281)	(168,776)	(182,904)
所得稅費用	0	0	0	525	1,677	0
本期淨利(損)	(130,635)	(131,596)	-1%	(166,806)	(170,453)	(182,904)
營業毛利率	30%	16%	87.5%	21%	28%	-9%
營業淨利(損)率	-112%	-97%	15%	-79%	-89%	-307%



# 業務發展計畫-短期

## 1.短期業務發展計畫：

### (1)銷售策略:

- A.依據產品屬性定位，開發新通路，以產品與通路的差異化來制定行銷策略。
- B.活化品牌生命力，隨時掌握消費者的需求，創新複製成功案例，已推出新產品。
- C.積極開拓海外市場與新業務，藉由活化資產的多角化經營，以確保永續經營。

### (2)行銷與研發策略

- A.掌握市場動態並開發差異化，客製化產品，以利提升新產品開發，及成功上市。
- B.與學術、研發單位密切合作，實際參與政府新品相關單位研發，並積極申請專利以確保公司權益，更擴大新品開發廣度。

### (3)代工生產策略

- A.嚴格監控與自主檢驗的作業程序，以強化提升產品品質。
- B.請廠商配合設備維修改良，製程技術提升，以達新品差異化的價值。



# 業務發展計畫-中長期

## 2. 中長期業務發展計劃：

- (1) 掌握雙贏核心技術，不斷提高產品品質，以提昇競爭優勢。
- (2) 利用多元化行銷策略，推廣多元化產品組合，以增加市場占有率。
- (3) 積極拓展國內外銷售市場，建立國際品牌形象，成為消費者最喜愛與最信任的企業與知名品牌。



# 未來發展策略

- 未來開發新產品分為沐浴用品及保養品，以天然、安全為品牌主軸訴求，分為獅子寶寶品牌洗沐用品；氧顏森活品牌推出臉部保養品及洗沐用品的系列產品，擴大各年齡層消費族群，提供美麗與健康的全方面滿足，搶攻身體保養市場。



簡報完畢  
敬請指教

