



櫻花集團

SAKURA GROUP

免責聲明

- 本簡報所提供之訊息，包含所提及之前瞻性看法，係本公司基於內外部來源及整體經濟發展所得之預測性資訊。這些說明亦牽涉風險及不確定性，本公司之實際營運成果可能與上述預測性資訊有所差異，宜注意其隨時有可能的變更及風險。
- 本簡報資料中所提供之資訊並未明示或暗示的表達或保證其具有正確性、完整性或可靠性，亦不代表本公司、產業狀況或後續重大發展的完整論敘述。
- 對未來的展望，反應本公司截至目前為止對於未來的看法，對於這些看法，未來或有任何變更或調整時，台灣櫻花股份有限公司(本公司)並不負有更新或修正本簡報資料內容之責任。

目錄

01

公司簡介

Company Profile

03

營運概況

Operational Overview

02

經營策略

Business strategy

04

展望

Outlook

01

PART ONE

公司簡介

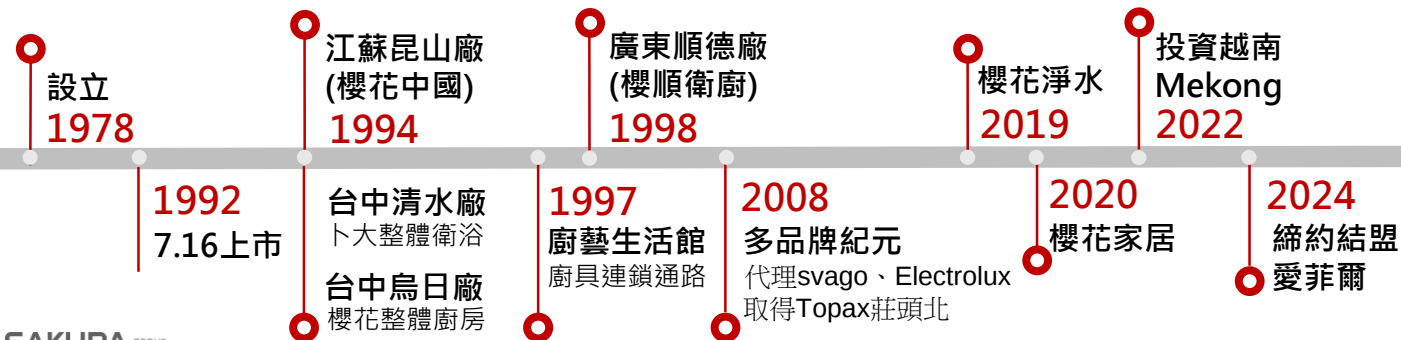
Company Profile

基本資料

董事長 張永杰

實收資本額 NTD. 22.24億

集團員工
台灣 ▶ 員工 1,000名
大陸 ▶ 員工 1,500名
越南 ▶ 員工 110名



生產基地

中國

- 兩大生產基地
- 蘇浙滬川粵為主要銷售核心區
- 11大片區經營
- 超過10,000個銷售據點



櫻花中國

- 燃熱、油機、燃氣灶、全屋裝修、壁掛爐



櫻順衛廚

- 油煙機、電灶、燒烤爐等家電

越南

- 一個生產基地
- 超過 2,000 個銷售據點

平陽廠

- 瓦斯爐



台灣

- 四個生產基地
- 超過 3,500 個銷售據點



營運總部

- 烘碗機

神岡廠

- 油煙機、沖床/鈑金/塗裝作業



大雅二廠

- 熱水器、瓦斯爐



烏日廠

- 擴建中

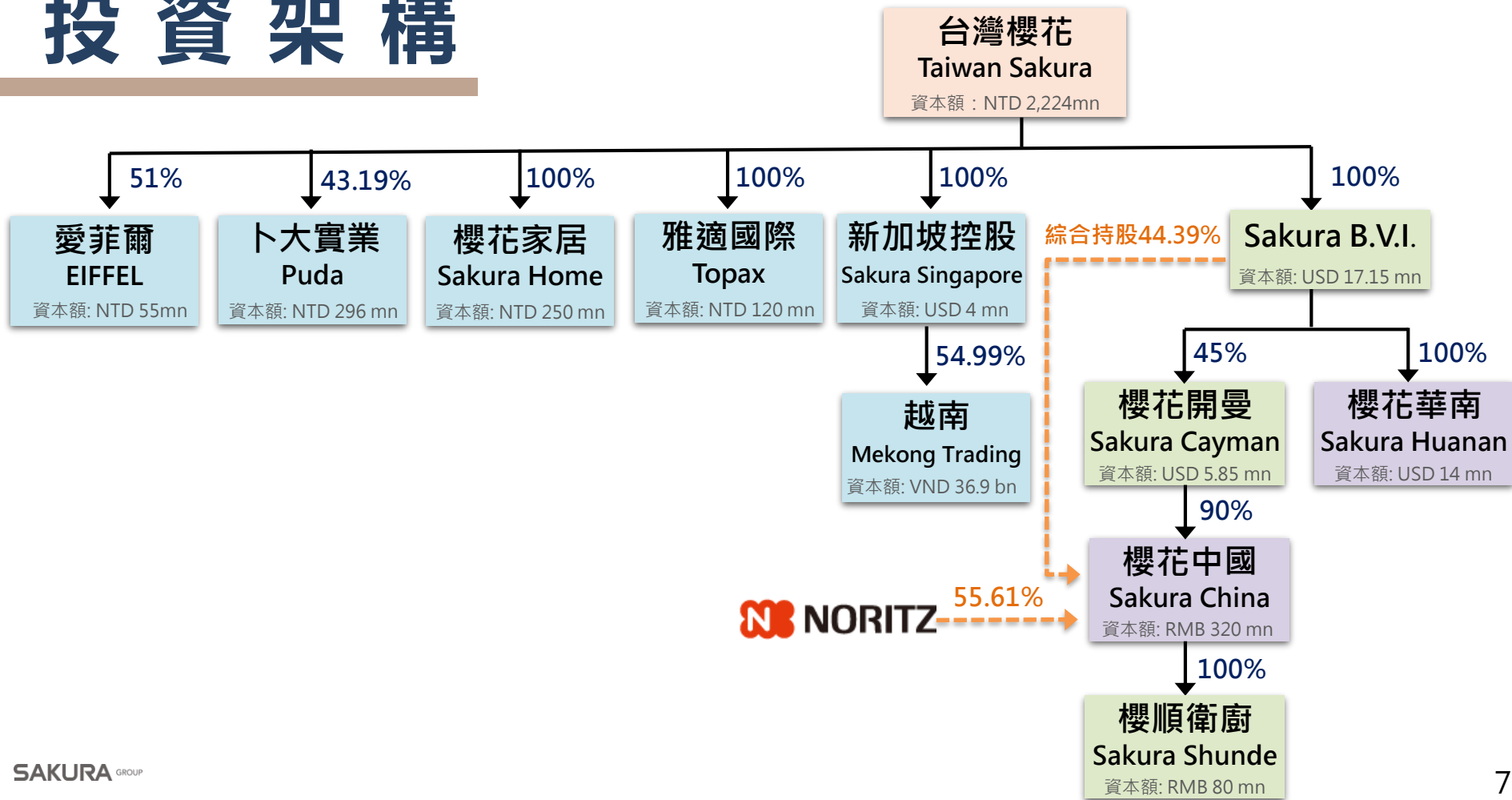


烏日二廠

- 整體廚房

深耕台灣
聚焦大陸
放眼亞洲

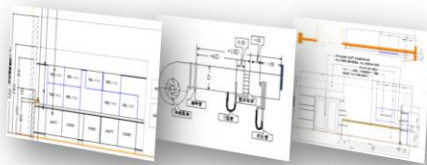
投資架構



經營理念

Innovation
創新

專注在地需求



採用DFSS(六標準差設計)
採用DFMEA(失效模式分析)

集團研發人員超過200人
專利總數超過500件

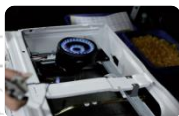


品質
Quality

服務
Service



高壓測漏燃燒測試



點火開關測試



恆溫恆濕耐久測試



耐壓絕緣測試

同業內最高180項檢驗設備
全面導入NPS生產技術改善
自動化生產

五大廠全面
導入NPS生產技術



一輩子的服務才是真正的保障

永久免費服務/售前售中售後服務/
主動關懷服務

SAKURA iCare

經營範疇

(多品牌.多品類.多通路)

SAKURA GROUP

■ 納入國內外知名優質品牌 ➡ 滿足不同客層需求

廚電衛電

1978

SAKURA
享受智能 樂在生活

2008

莊頭北
topax

百年堅持 一如初心

整體廚房

1989

TLK
KITCHENS

SAKURA KITCHEN

整體浴室

1989

PUDA 卜大整體浴室

進口廚電

2008

svago

2024

TEKA

全屋裝修

2020

 櫻花家居

2025

 **愛菲爾**

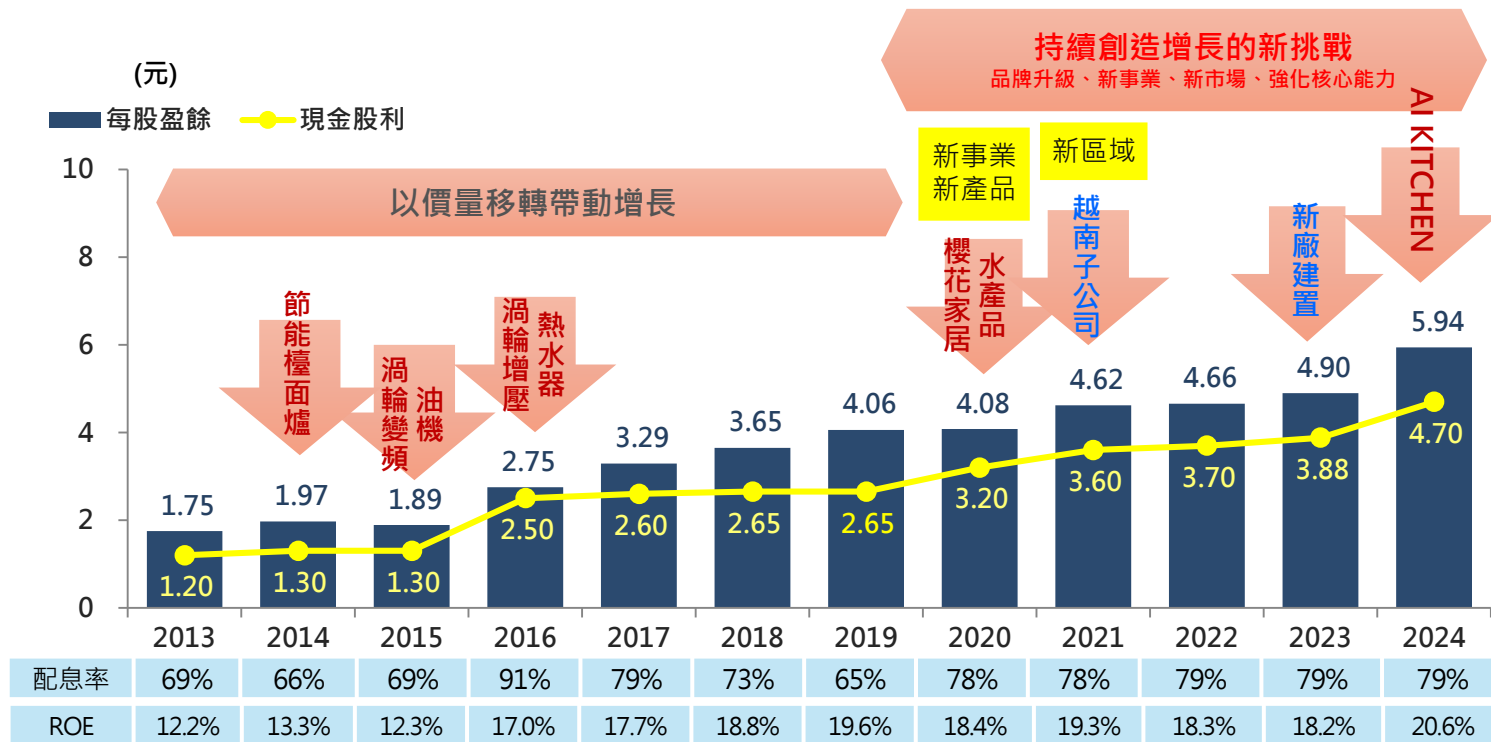
台灣通路約3500家，

櫻花通路滲透率約**80%**以上



經營核心

以清晰策略與前瞻視野驅動經營成長



02

PART TWO

經營策略

Business strategy

願景與佈局

SAKURA GROUP

美好居家生活的創造者



ONE-STOP
一站式服務

NUMEROUS
多樣產品選擇

EFFICIENT
輕鬆擁有

成長策略

- ① 以「品牌力」、「產品力」提升建案價值
- ② 消費者一鍵登錄，確保換購市場商機
- ③ 廚電+廚具+全屋裝修，提供一站式供應與服務

新購市場進攻

商機攔截



換購市場增長

家庭設備持續更新

- ① 智能與節能商品創造產品價值
- ② 消費者旅程體驗提升



產品創新

700萬用戶
使用數據

精準掌握消費者
使用需求



以數據洞察為基礎
驅動智控技術突破

核心技術
競爭力

專利申請
智產局前500強

渦輪增壓智能
恆溫熱水器



全屋裝修



AI Kitchen

AI
油機

AI
瓦斯爐

智能化
洗碗機

智能化
烹調設備

智能
淨熱飲
淨水器

傳統廚衛電單品



通路變革

推進擴張與優化，打造完整櫻花銷售網絡



通路佈局
聚焦三大成長面向

通路擴張

消費旅程升級

營運模式優化

服務優化

以『服務』作為品牌來經營，
從單機到整體，持續創新櫻花服務



智能科技 提升服務效率

一站式**創新智能平台**
整合永久免費服務



熱水器送安檢



油網送到家



廚房健檢



淨水器健檢



空間健檢/更新規劃



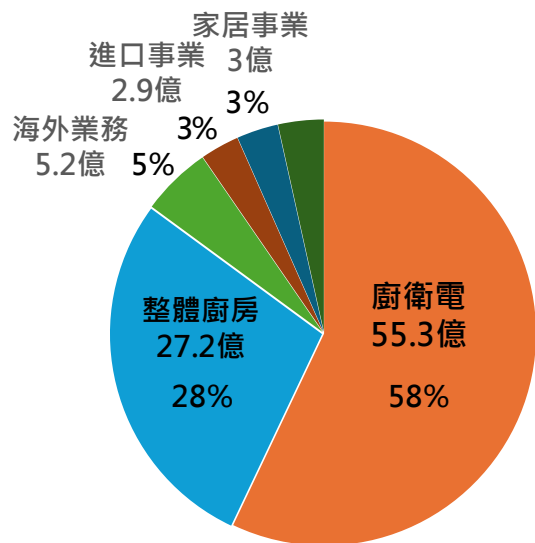
PART THREE

營運概況

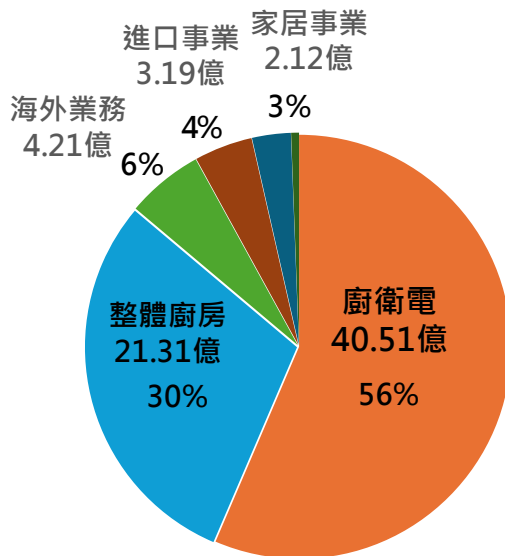
Operational Overview

銷售結構

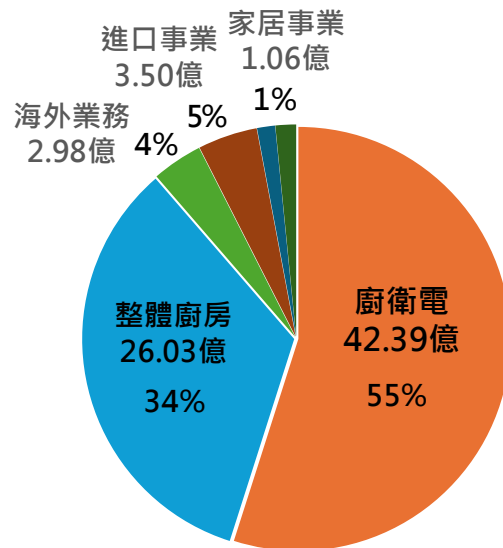
2024年合併營收
NT\$96億



2024年1-9月合併營收
NT\$71.77億

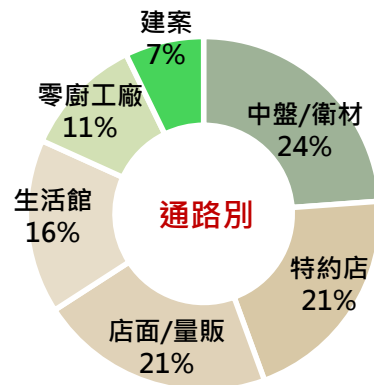
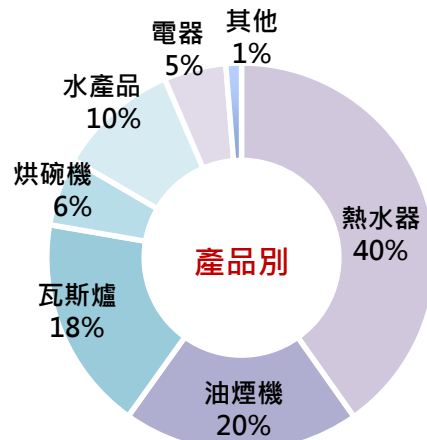
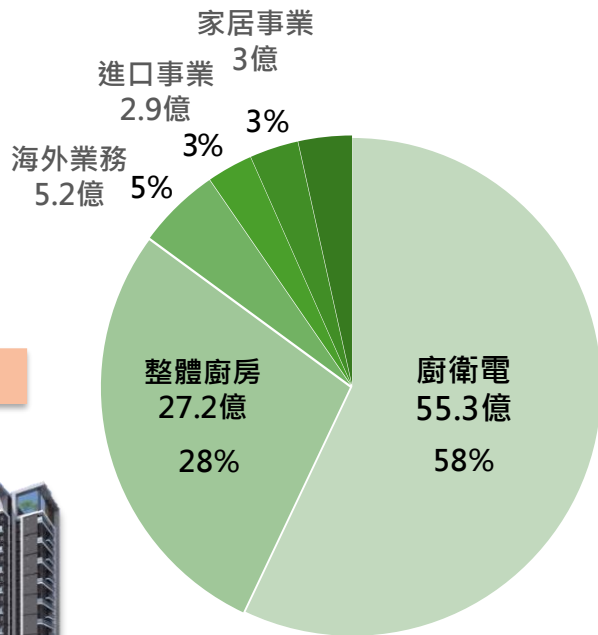
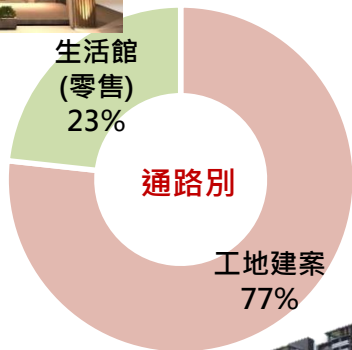


2025年1-9月合併營收
NT\$77.19億



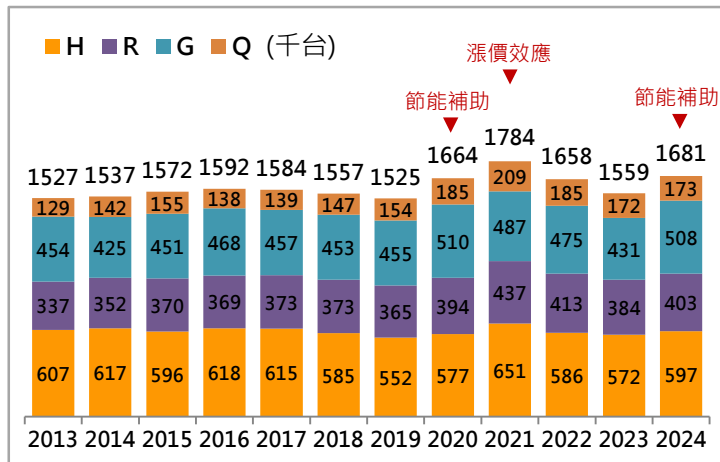
銷售結構

2024年合併營收
NT\$96億



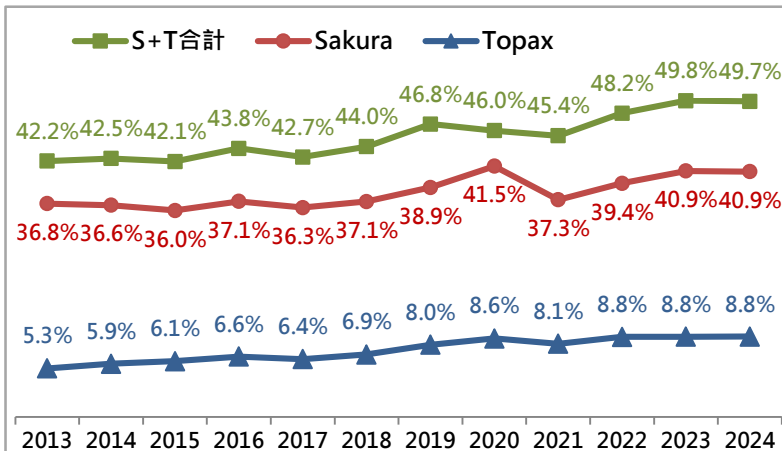
廚衛電市場

廚衛電市場總量



► 廚衛電市場總量穩定約155萬台

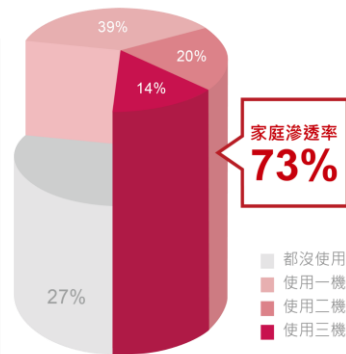
櫻花集團市佔率



► 雙品牌策略

Sakura - 市佔維持，持續價量移轉往高階廚衛產品發展，進而提升單價及獲利

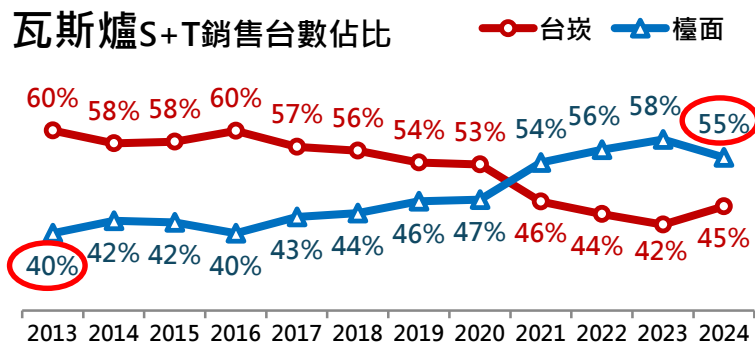
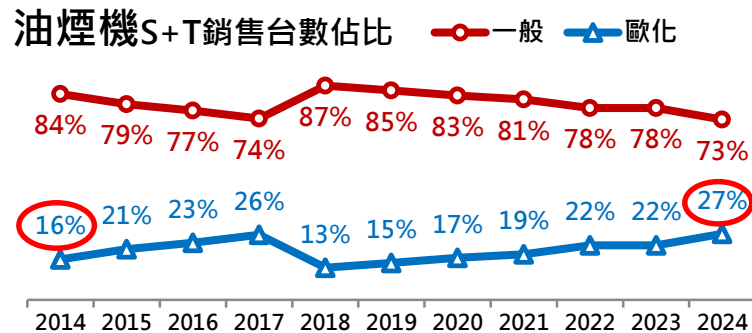
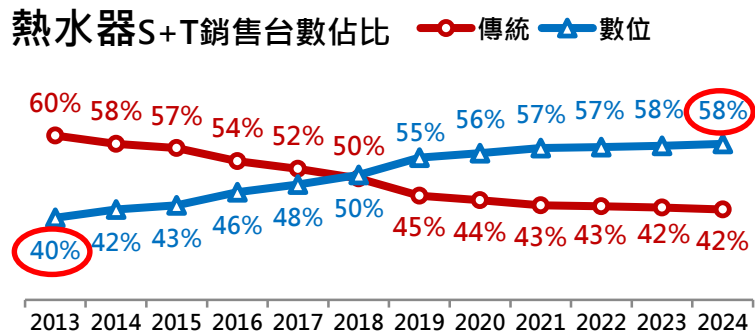
Topax - 積極提升市佔，搶攻平價廚電



台灣總戶數約860萬戶
超過600萬個家庭使用櫻花

資料來源:2018年廚衛四機及消費者實態研究
IPSOS市場研究公司

廚衛電

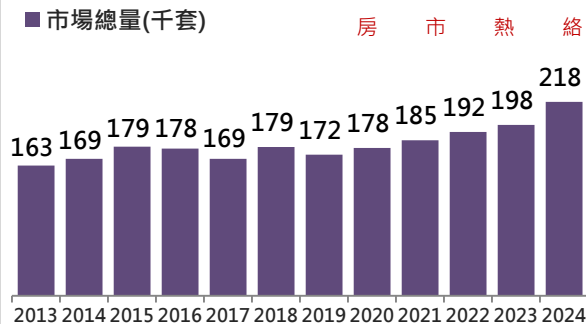


廚衛電 雙品牌策略：

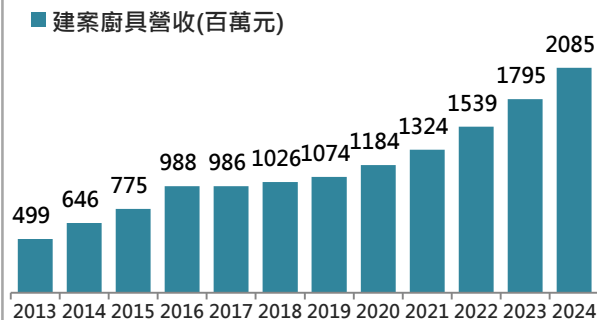
- SAKURA：市佔維持，持續價量移轉往高階廚衛產品發展，進而提升單價及獲利
- topax：積極提升市佔，搶攻平價廚電

整體廚房

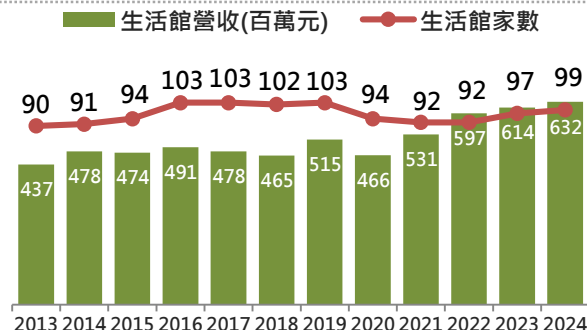
市場總量約16~18萬套



工地建案銷售額穩定成長

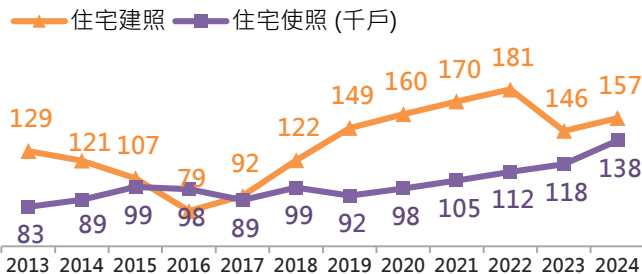


生活館營運效益提升



建案市場趨勢

2018~2022年建照戶數高峰
2023~2024年完工申請使照



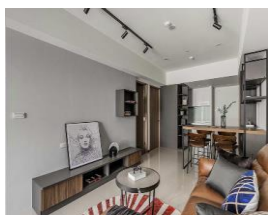
整體廚房 成長策略：

- 建案：以品牌力及產品力提升客戶價值
- 零售：加速展店，提升店效
- 生產：智慧製造提高生產效益，提升毛利率

2020年-2022年
持續進行生活館
汰弱換新及四代
店升級計劃

家居

精裝屋成趨勢



與建商強強結合，建立可靠的策略夥伴關係



建商客戶資料庫

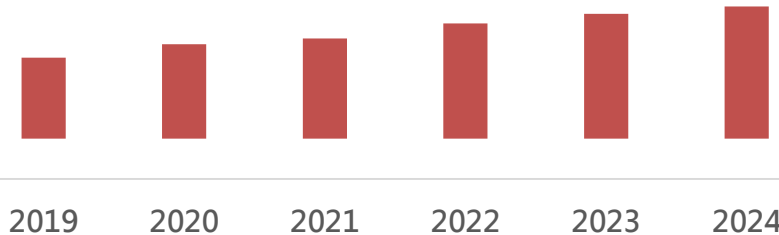


規模化經營經驗



一站式服務與供應

4萬套廚具經營基礎



海外市場

中國

- 產品技術佈局，重建商品企劃體系
- 生產自動化，降低成本
- 優化渠道結構



越南

- 積極拓展通路，提升品牌知名度與指名度



ODM



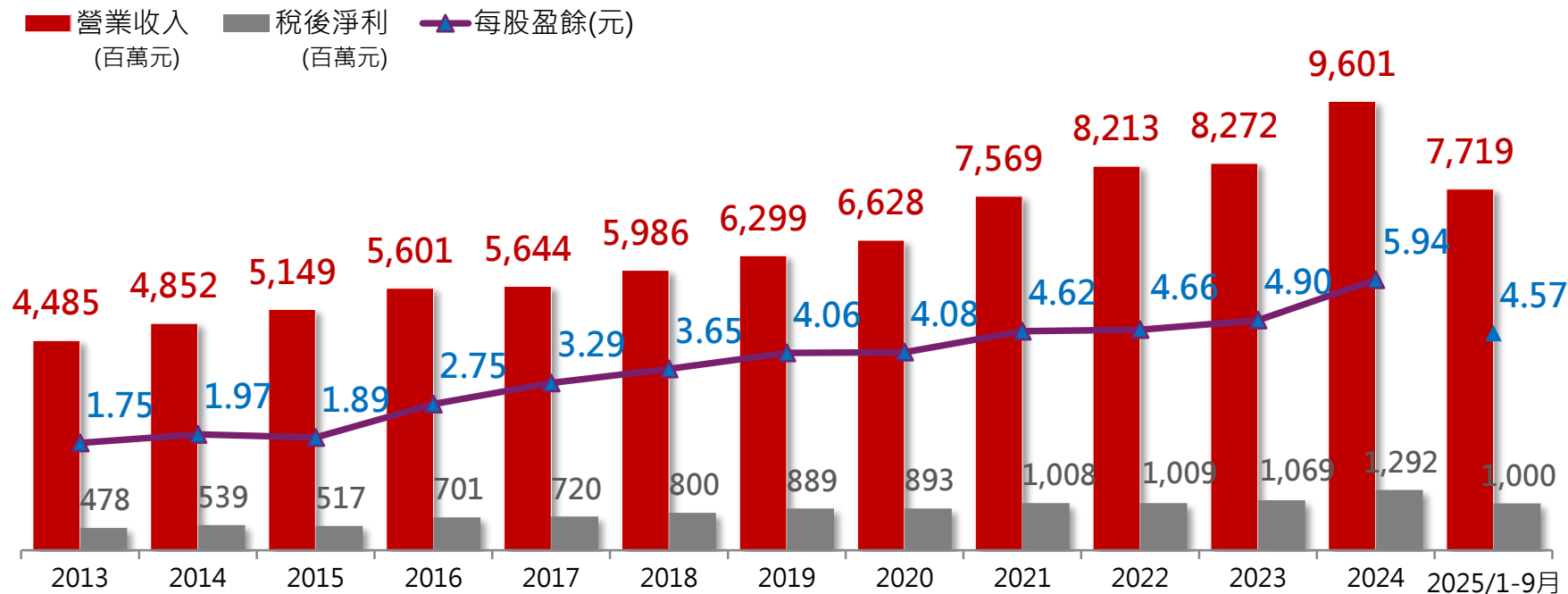
OBM



ODM/OBM

- 穩定ODM商機
- 強化OBM發展

合併經營績效

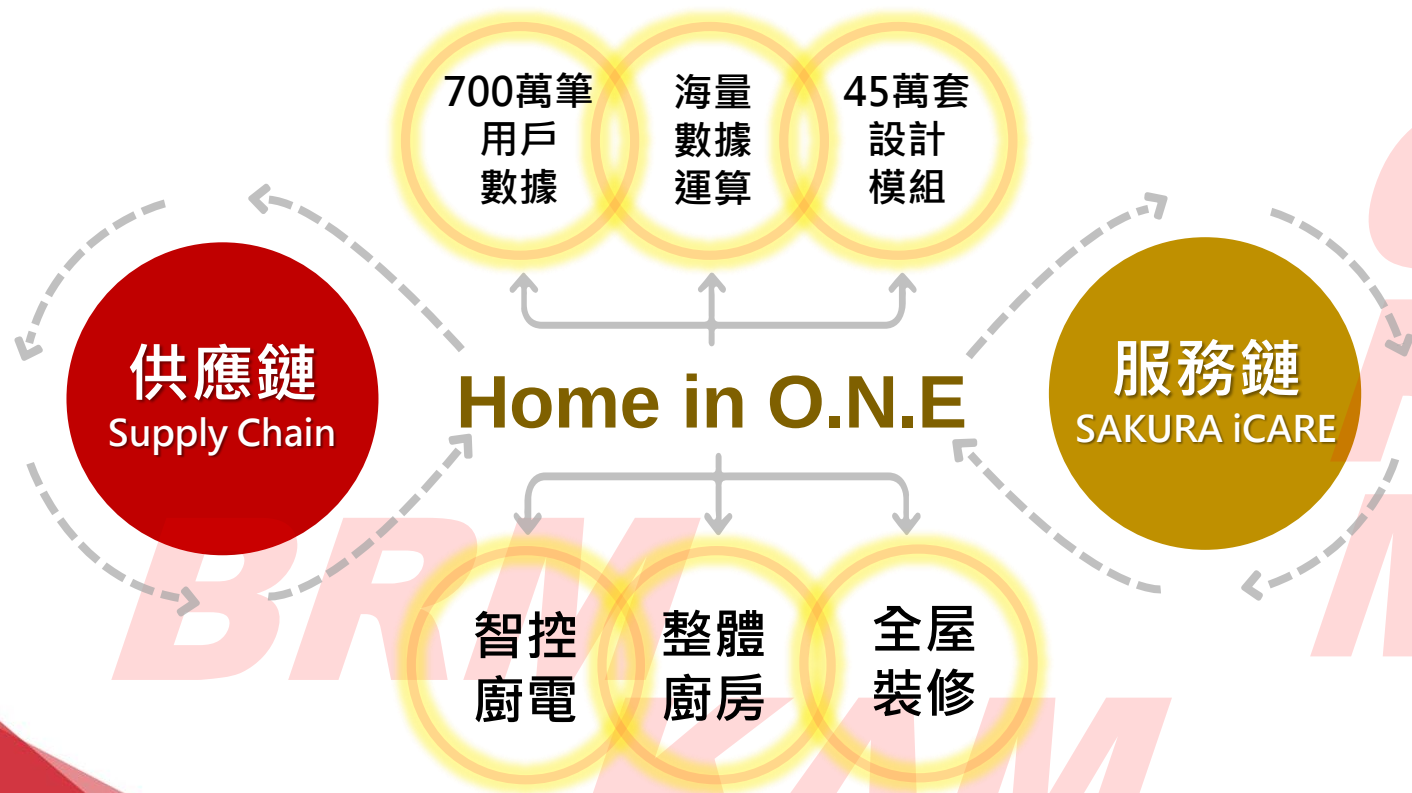


04

PART FOUR

展望 Outlook

以 **AI管理平台** 為基礎
邁向智能化企業前進



智能 基地投資計劃

烏日二廠 - 廚櫃 (基地面積：約6600坪)



第**1**階段-烏日二廠興建
因應**整體廚房**成長需求

➤ 2025Q3 啟用

大雅一廠 - 烘碗機



大雅二廠 - 熱水器、瓦斯爐



神岡廠 - 油煙機



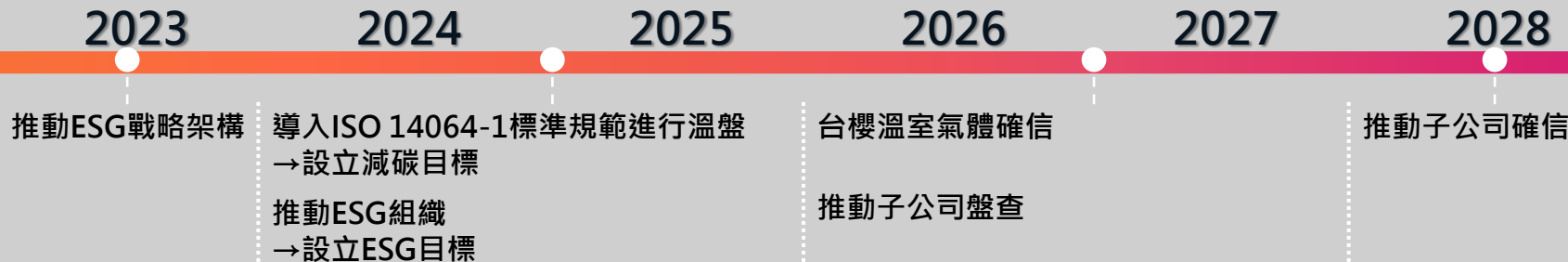
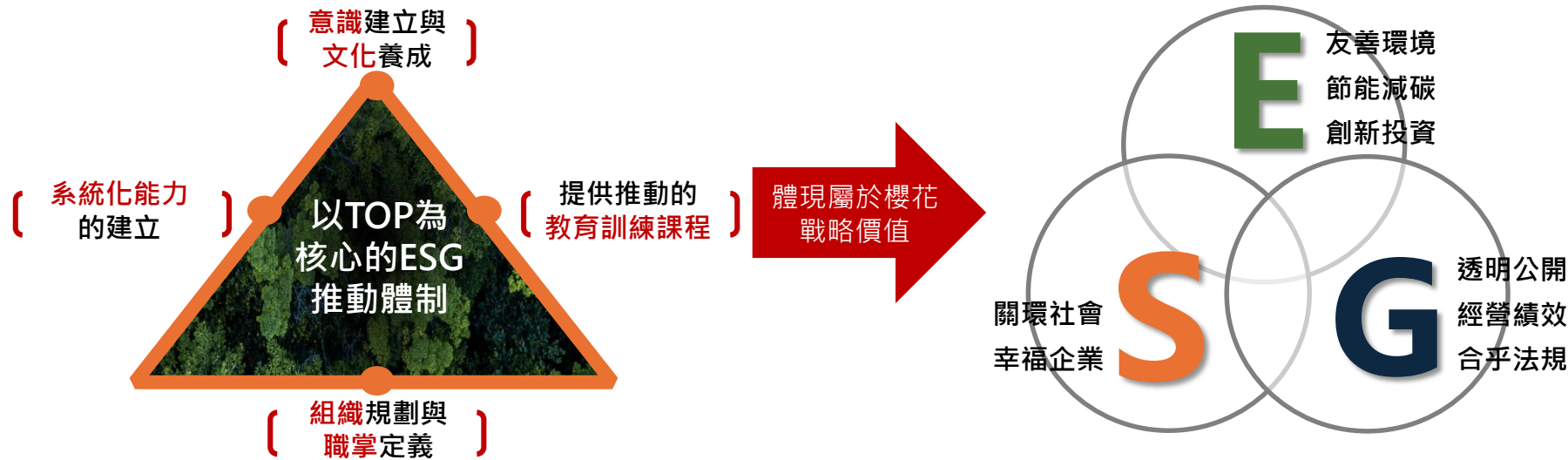
產線整併發揮效益

烏日廠

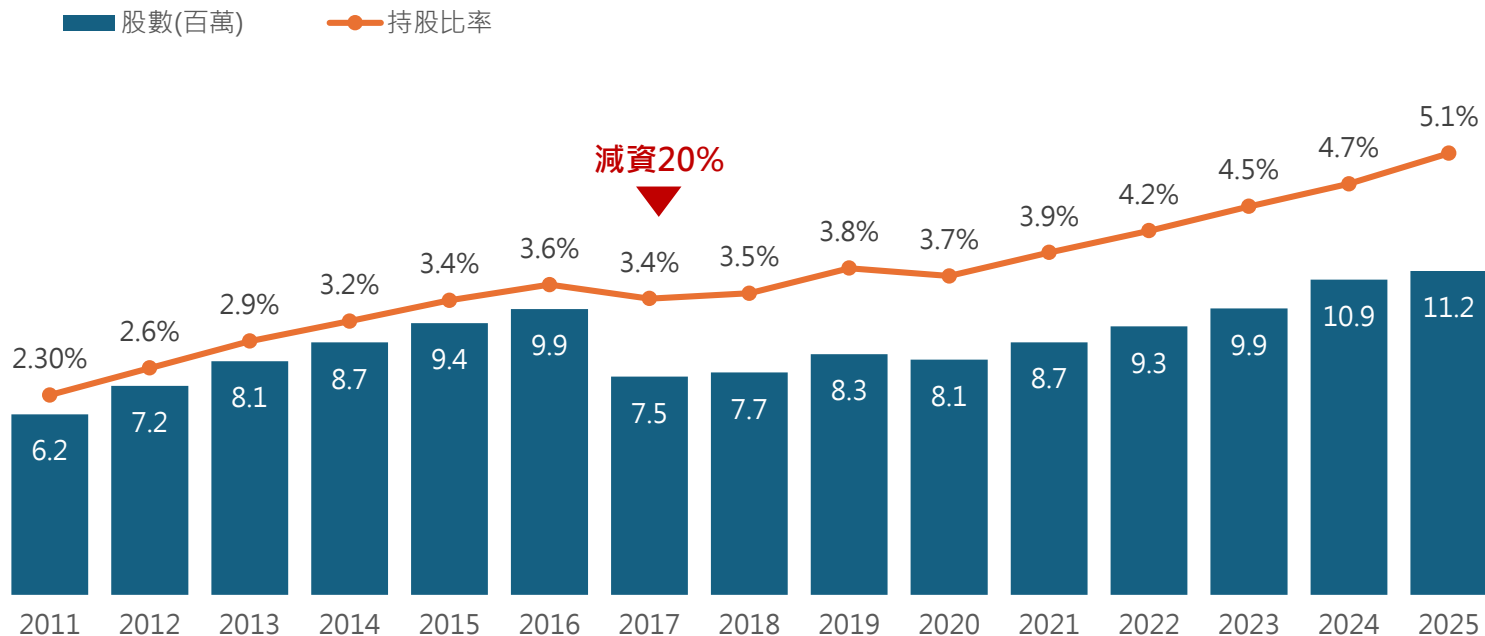


第**2**階段-烏日廠擴建
廚衛電生產智能化、效能優
➤ 2028 落成

ESG戰略架構 暨推動規劃



員工持股會信託專戶



9911

台灣櫻花

TAIWAN SAKURA CORPORATION



T +886-4-2566-6106

F +886-4-3705-5156



428333 臺中市大雅區雅潭路四段436號

No.436, Sec. 4, Yatan Rd., Daya Dist.,
Taichung City 428333, Taiwan (R.O.C.)



E archie07@sakura.com.tw

W <https://www.sakura.com.tw>