

SAKURA
享受智能 » 樂在生活

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。

基本資料

董事長 張永杰

實收資本額 NTD. 22.11億

生產基地 台灣 ▶ 營運總部、大雅二廠、神岡廠、烏日廠
員工 1,000名

大陸 ▶ 江蘇昆山廠(櫻花中國)
廣東順德廠(櫻順衛廚)
員工 1,500名

越南 ▶ 平陽廠
員工 110名

1978
設立

1992
07.16上市



重點經營區域

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



營運總部

- 烘碗機



神岡廠

- 油煙機、沖床/鈹金/塗裝作業

台灣

- 四個生產基地
- 超過 3,500 個銷售據點



大雅二廠

- 熱水器、瓦斯爐

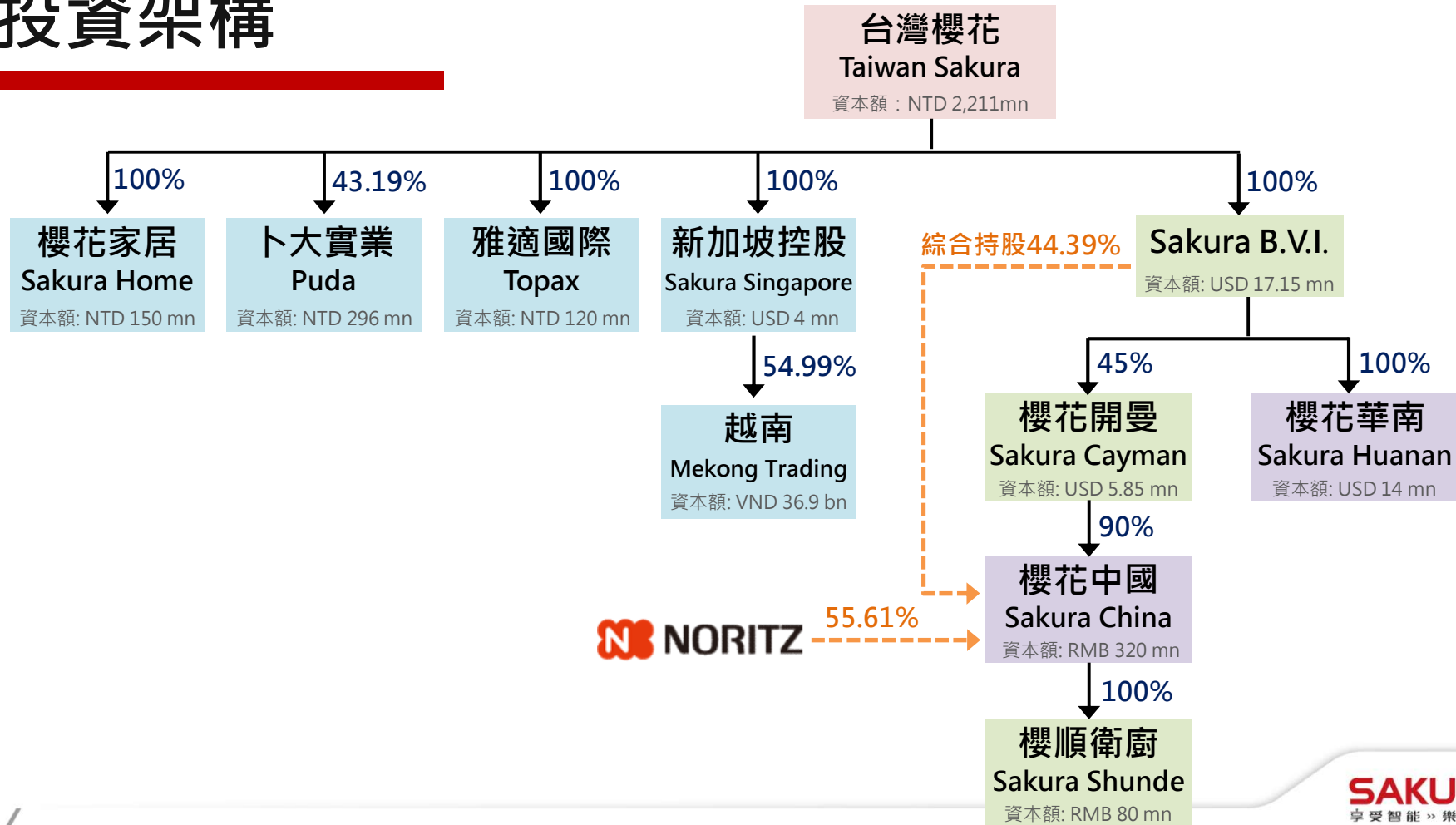


烏日廠

- 整體廚房

SAKURA
享受智能 樂在生活

投資架構



品牌歷程



1978 1980 1987 1994 1995 1997 2004 2008 2009 2010 2012 2014 2017 2020 2021

「櫻花牌」創立

除油煙機開始「永久免費油網送到家」

推出熱水器「永久免費安全檢查」

成立「櫻花中國」生產銷售瓦斯器具

開始生產「系統廚具」經營建築市場

成立「櫻花廚藝生活館」經營連鎖通路

功能性品牌主張「把家熱起來」



代理「Svago / Electrolux」
進入多品牌紀元

櫻花中國開始生產「系統廚具」

太陽能熱水器上市 節能環保新世代

重新詮釋品牌精神「櫻花 愛在家」



推動四大升級 重塑消費者接觸經驗

全新品牌主張「享受智能 樂在生活」



成立「櫻花家居」提供全屋裝修

SAKURA直營店 進軍百貨專櫃

連續 36年 消費者理想品牌第一名

獲獎記錄

■ 連續**19年**獲頒台灣精品獎



累計 **56件** 精品獎
6件 銀質獎



2018年獲頒
精品成就獎

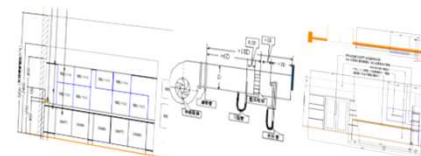
■ 連續**36年**消費者理想品牌第**1名**



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



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**

品質
Quality

服務
Service



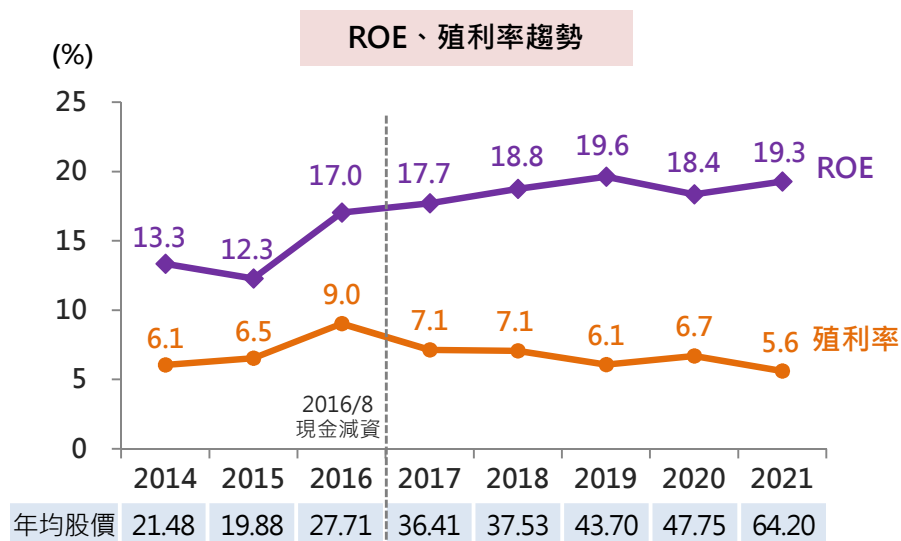
一輩子的服務才是真正的保障
永久免費服務/售前售中售後服務/
主動關懷服務

SAKURA CARE

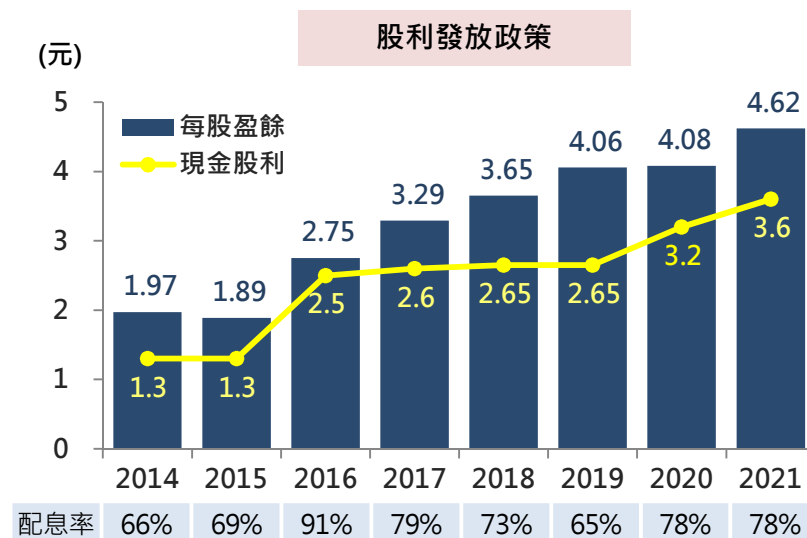
SAKURA
享受智能 樂在生活

策略核心

以價值型企業為目標，創造消費者與股東權益最佳化



未來ROE目標 >20%



2022-2025新廠建置資本支出約9-10億

願景與佈局



以家庭為發展核心

願景

▶ 美好居家生活的創造者

滿足各式家庭

輕鬆擁有

一站式服務

使命

▶ 以整體解決方案全心創造優質家庭生活



策略

現有事業穩定成長

- 廚衛電
- 整體廚房
- 進口電器
- 海外事業

新事業未來布局

- 水產品
- 居家裝修
- 越南市場

永續發展核心建構

- 新廠規劃
- 人才培育
- 集團資源整合



2025
百億櫻花

多品類經營

■ 以家庭為核心的產品發展



多品牌經營



櫻花集團
SAKURA GROUP

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

 櫻花整體廚房

 櫻花廚藝
kitchen life 生活館

TLK
KITCHENS

整體浴室

1989

PUDA 卜大整體浴室

進口廚電

2008

 Electrolux

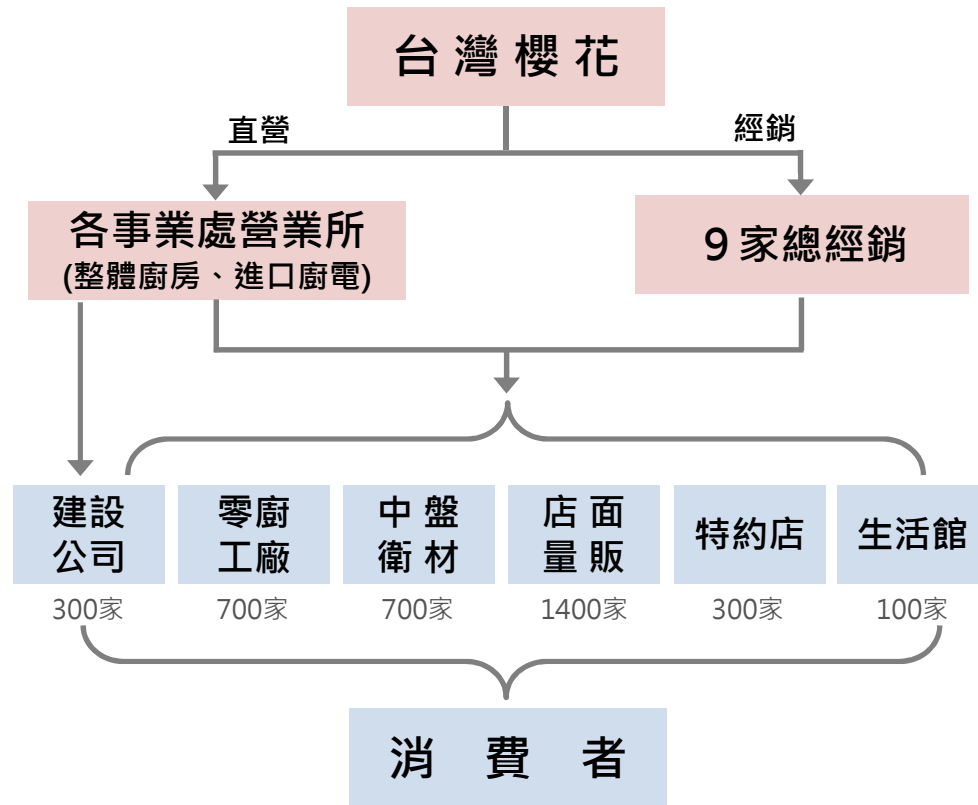
台灣廚電代理
svago

全屋裝修

2020

 櫻花家居

銷售通路



台灣通路約3500家，
櫻花通路滲透率約80%以上



SAKURA
享受智能 樂在生活

國際市場佈局 Global Market Network

ODM/OEM

- ✓ Hong Kong
- ✓ Australia
- ✓ USA
- ✓ Brazil
- ✓ Dominican Republic

OBM

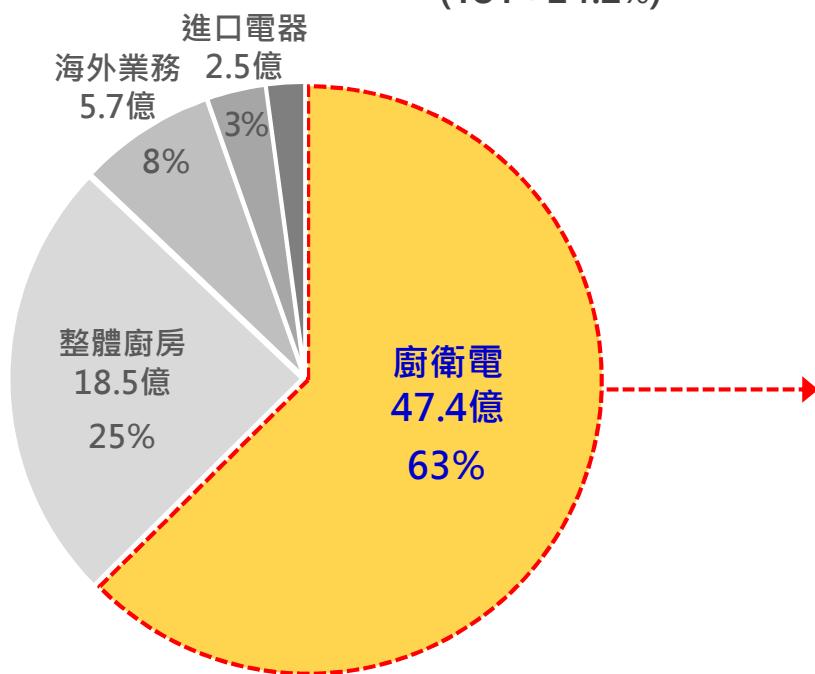
- ✓ Hong Kong
- ✓ Macau
- ✓ USA
- ✓ Canada
- ✓ Vietnam
- ✓ Myanmar
- ✓ Philippine
- ✓ Mexico
- ✓ Peru



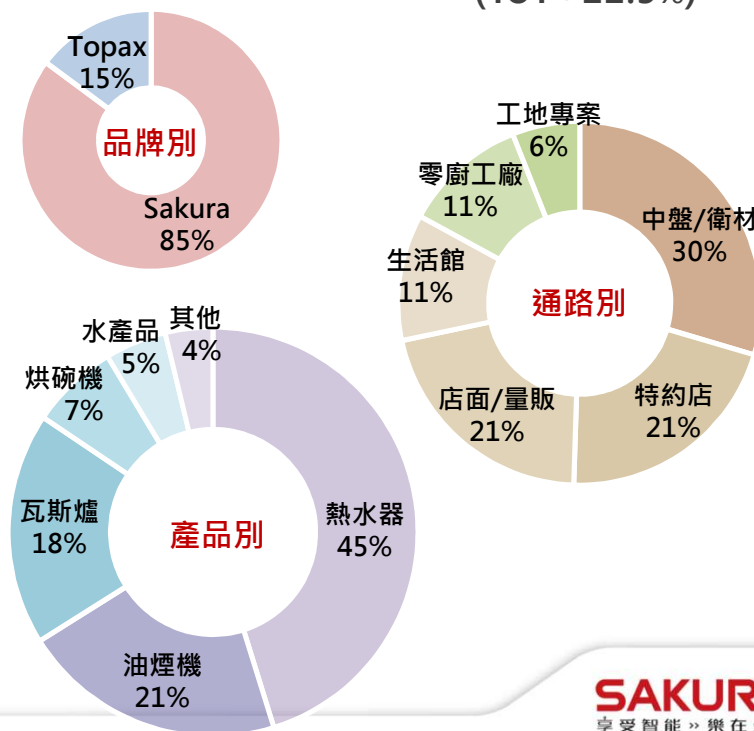
SAKURA
享受智能 樂在生活

銷售結構_廚衛電

2021年合併營收NT\$ 75.7 億
(YoY+14.2%)

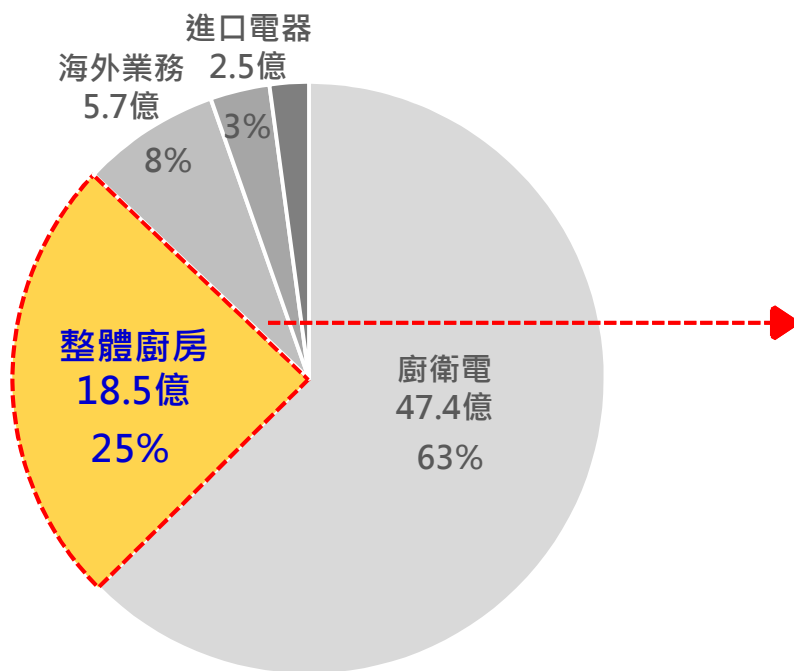


2021年廚衛電營收NT\$ 47.4 億
(YoY+11.5%)

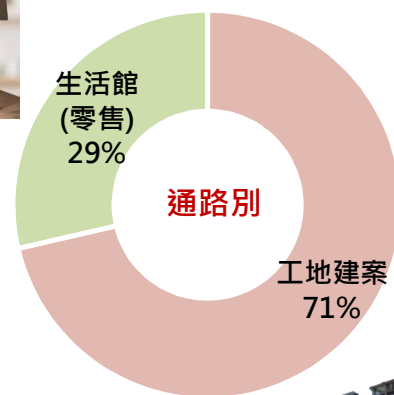


銷售結構_整體廚房

2021年合併營收NT\$ **75.7**億
(YoY+14.2%)



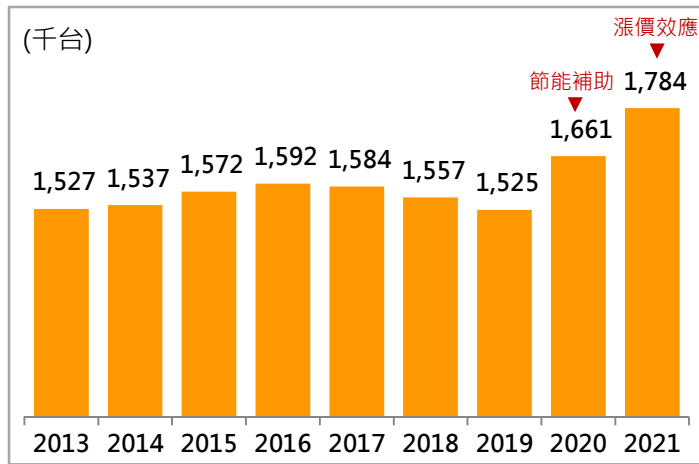
2021年整體廚房營收NT\$ **18.5**億
(YoY+12.3%)



SAKURA
享受智能 樂在生活

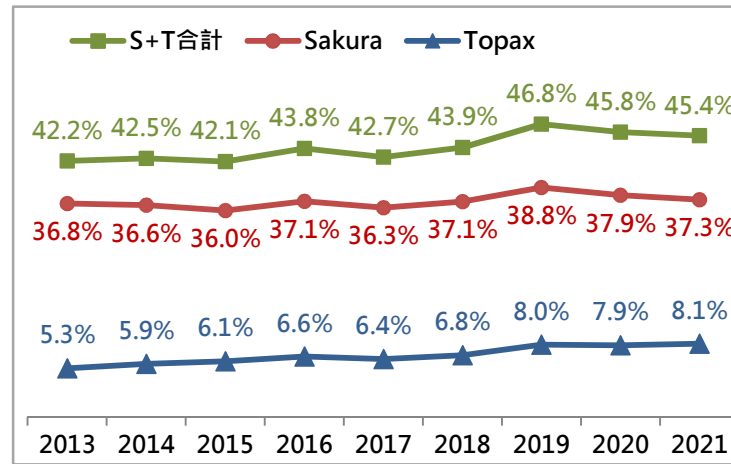
廚衛電市場

廚衛電市場總量



▶ 廚衛電市場總量穩定約155萬台

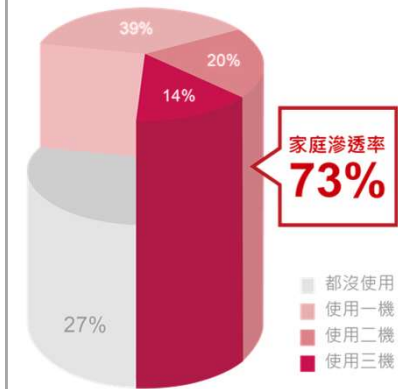
櫻花集團市佔率



▶ 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

產品創新改變



10L
屋外傳統型
熱水器
售價 7,800 元



16L
渦輪增壓智能恆溫
熱水器
售價 23,900 元



兩口
安全爐
售價 5,600 元



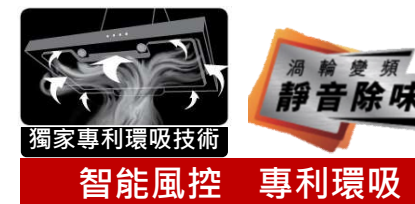
智能雙炫火
玻璃檯面爐
售價 18,600 元



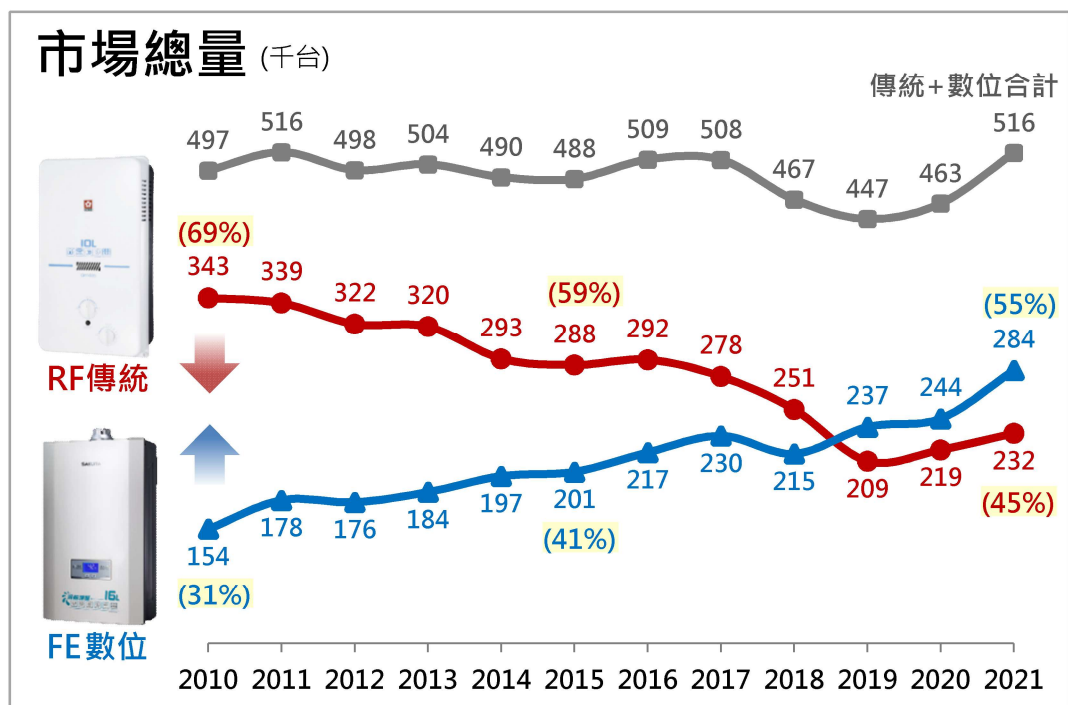
斜背式
除油煙機
售價 6,640 元



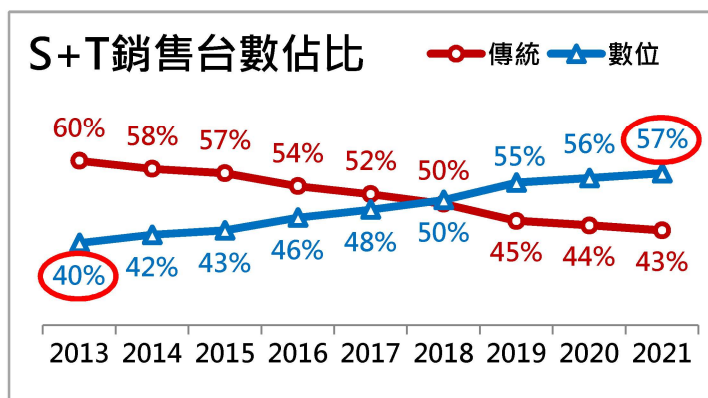
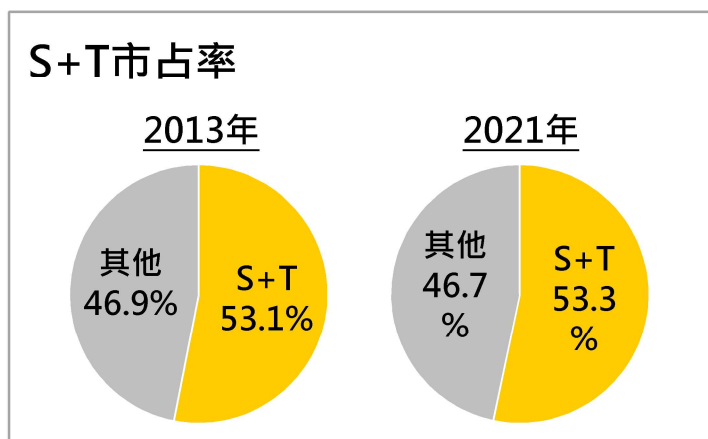
3D環吸
除油煙機
售價 25,600 元



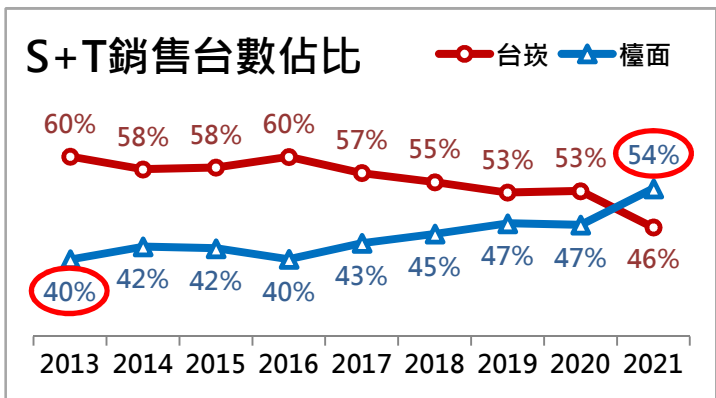
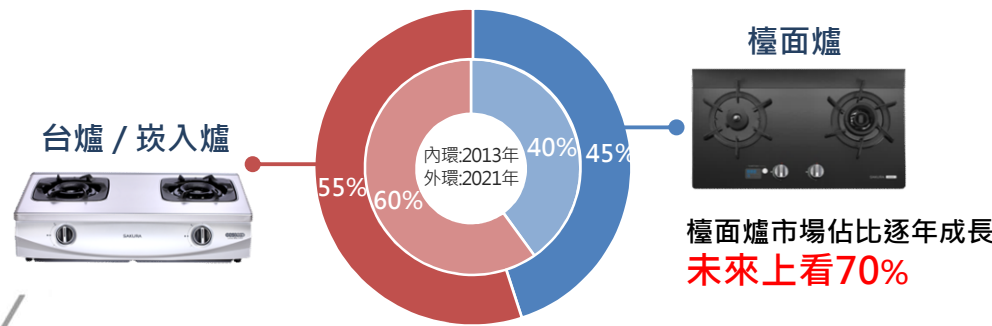
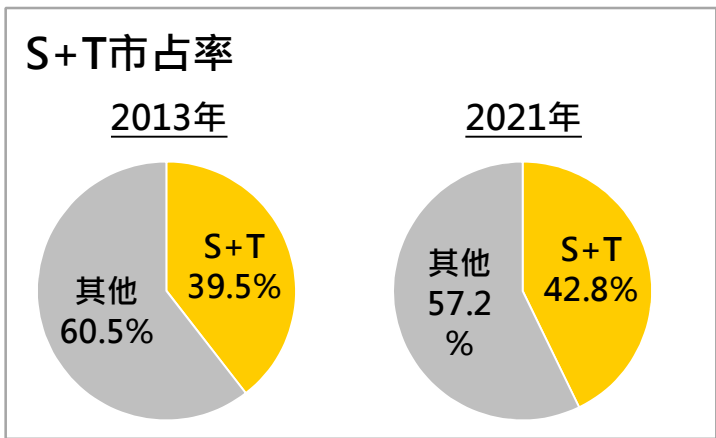
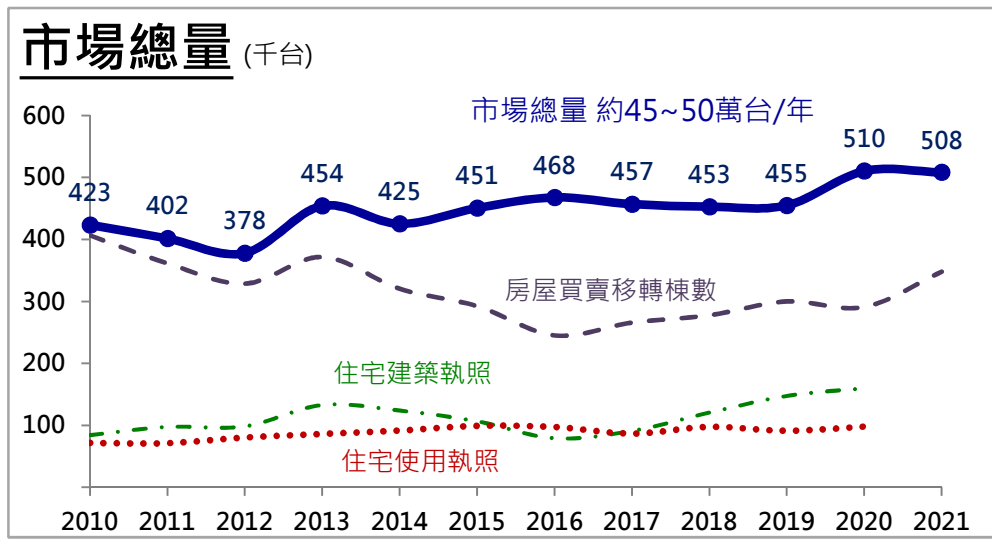
瓦斯熱水器



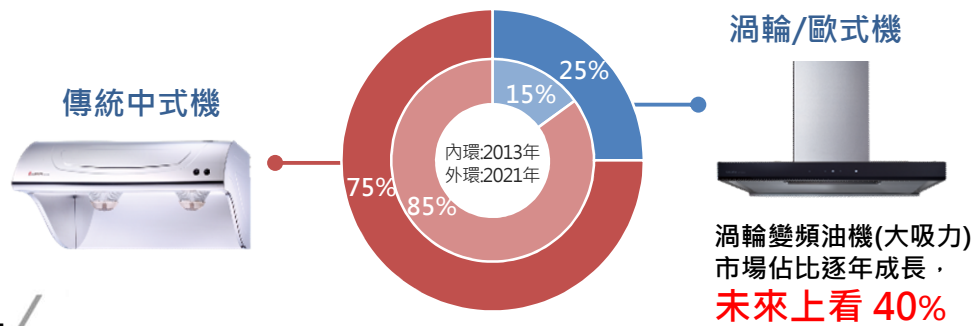
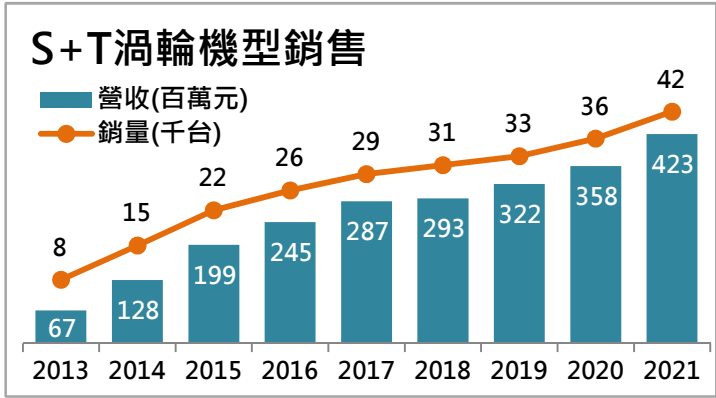
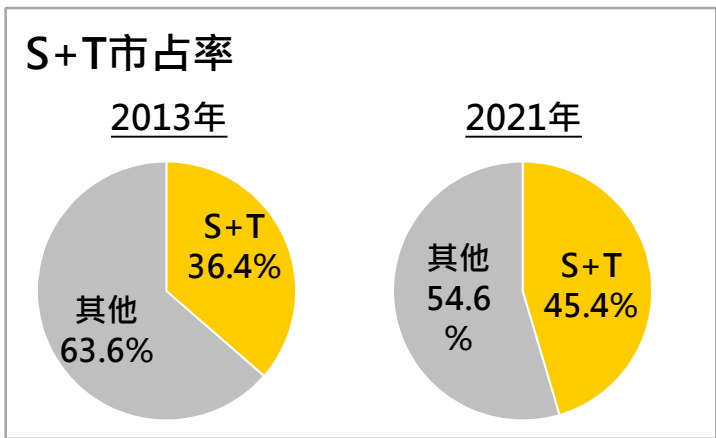
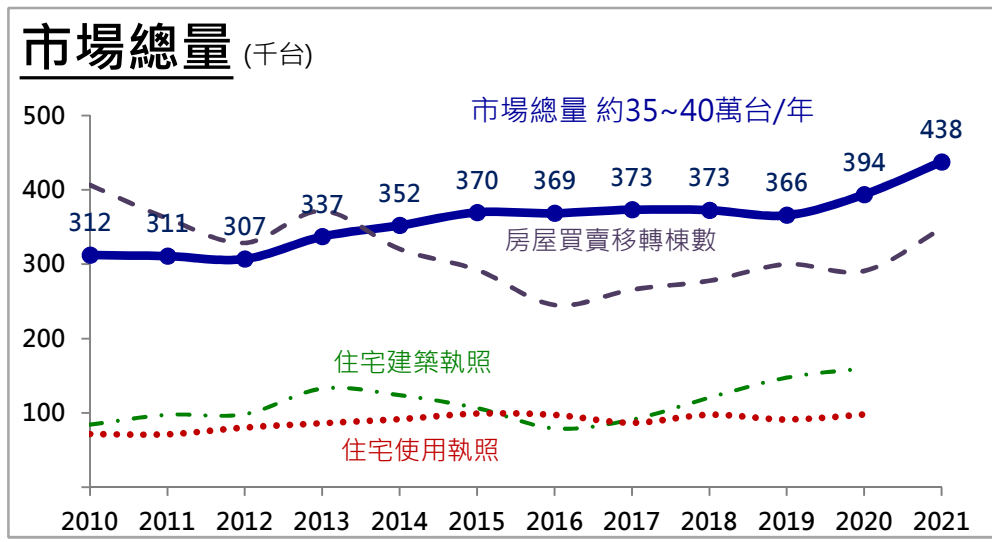
- 市場總量約 45~50萬台/年
- 2019年FE數位式需求量已超越RF傳統式，**未來上看70%**



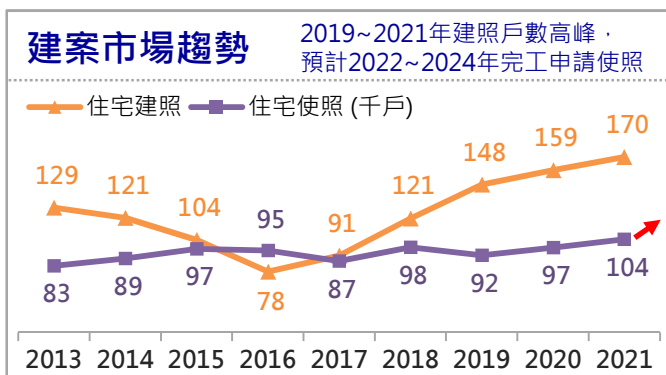
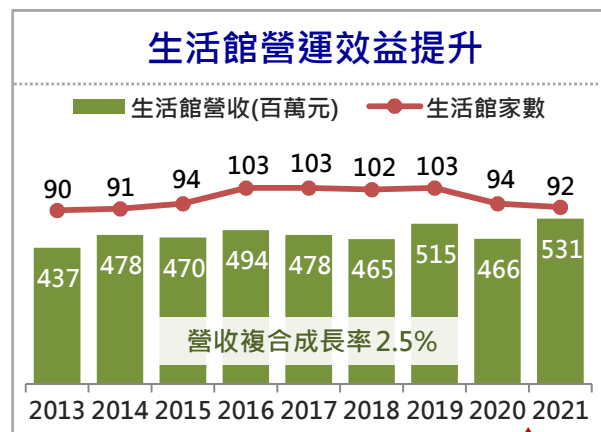
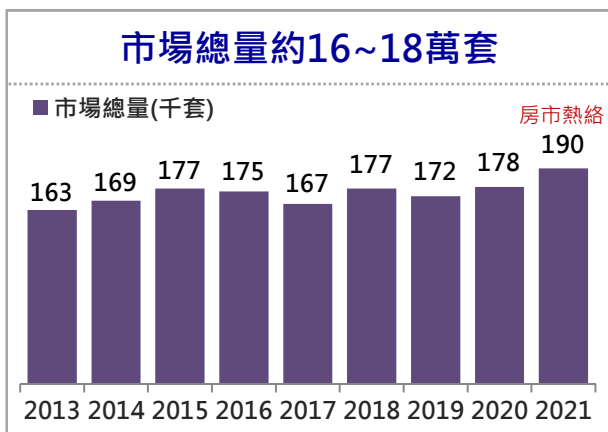
瓦斯爐



油煙機



整體廚房



整體廚房 未來成長策略：

- **建案**：積極搶案擴大市佔；推廣高階廚電及進口廚具，拉高產品價值及毛利率
- **零售**：生活館營運轉型，提升單店賣力，銷售持續成長
- **生產**：建構智能接單生產，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

新事業佈局-淨水器市場

淨水器品牌百家爭鳴
各品牌市佔率皆未達20%
台灣淨水領導品牌
尚未完全成立



淨水市場商機
整機+濾心

100億



經銷專櫃已佈點

>300家

整機+濾心銷售額

2019年 2020年 2021年 2025年目標

0.7億→1.6億→2.3億→10億

真正專業的淨水器 =

淨水器 + 淨水管家

消費者

- 售前/中/後 完整服務
- 隨時可查詢使用履歷
- 濾心更換專屬通知

經銷商

- 借此平台與消費者互動
- 享有轉介商機
- 淨水專業知識訓練

櫻花

- 取得完整消費者名單，分析商機潛力
- 強化消費者品牌黏著度，深化經營消費者
- 透過大數據回饋，優化商品開發



新事業佈局-櫻花家居

▼ 台灣裝修市場規模



預估
>1000億

- 整體產業碎片化，尚無絕對領導品牌
- 櫻花優勢：品牌知名度、服務力、建案經驗累積的房型庫

▼ 櫻花家居經營實績 (百萬元)

2020H2開始正式營運



▼ 營運模型佈建

以消費者為經營核心「設計服務流程」



零售

有別於業界的
「服務流程」



建案

以「服務模式」
建立銷售基礎

經營基礎

來 客 經 營

經營核心

整 體 服 務 流 程 設 計

資源建置

產品模組

人力組織

資訊系統

經營模式

建案規模化經營

零售模式經營



SAKURA HOME 全屋裝修



海外市場佈局-越南 VIETNAM



■ 主要銷售結構



台爐 70%



檯面爐 15%



電磁爐 4%



飯鍋 5%



油煙機 4%

■ 未來階段性目標

01 短期

- 運用集團資源，協助MK快速建立營運制度，提升營運效能
- 進行產品效益檢核，整合產品線
- 盤點現有通路與調整資源，平衡通路發展

02 中期

- 產品擴充，開發符合越南市場需求的利基商品
- 開發區域代理商，深入二線城市經營
- 提升品牌好感度及指名度

03 長期

- 以越南為基地，拓展東協市場

2022新品

業界首創
「熱水器」×「淨氯」×「抑垢」專利複合技術

櫻花美膚 沐浴熱水器



SAKURA
享受智能 >> 樂在生活

SAKURA

16L

42

2022新品



櫻花近吸除油煙機

靠越近·越強淨

新型近吸排風結構，直線瞬吸暢快除煙

霧峰新廠規劃進度



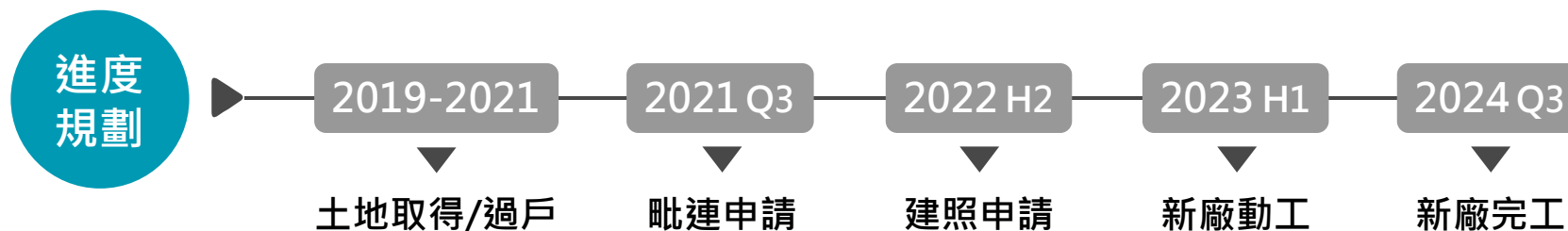
因應未來「整體廚房」成長需求

原始計劃：大雅廠、神岡廠製造廚衛電產線整併優化

變更後計劃：**整體廚房生產基地**

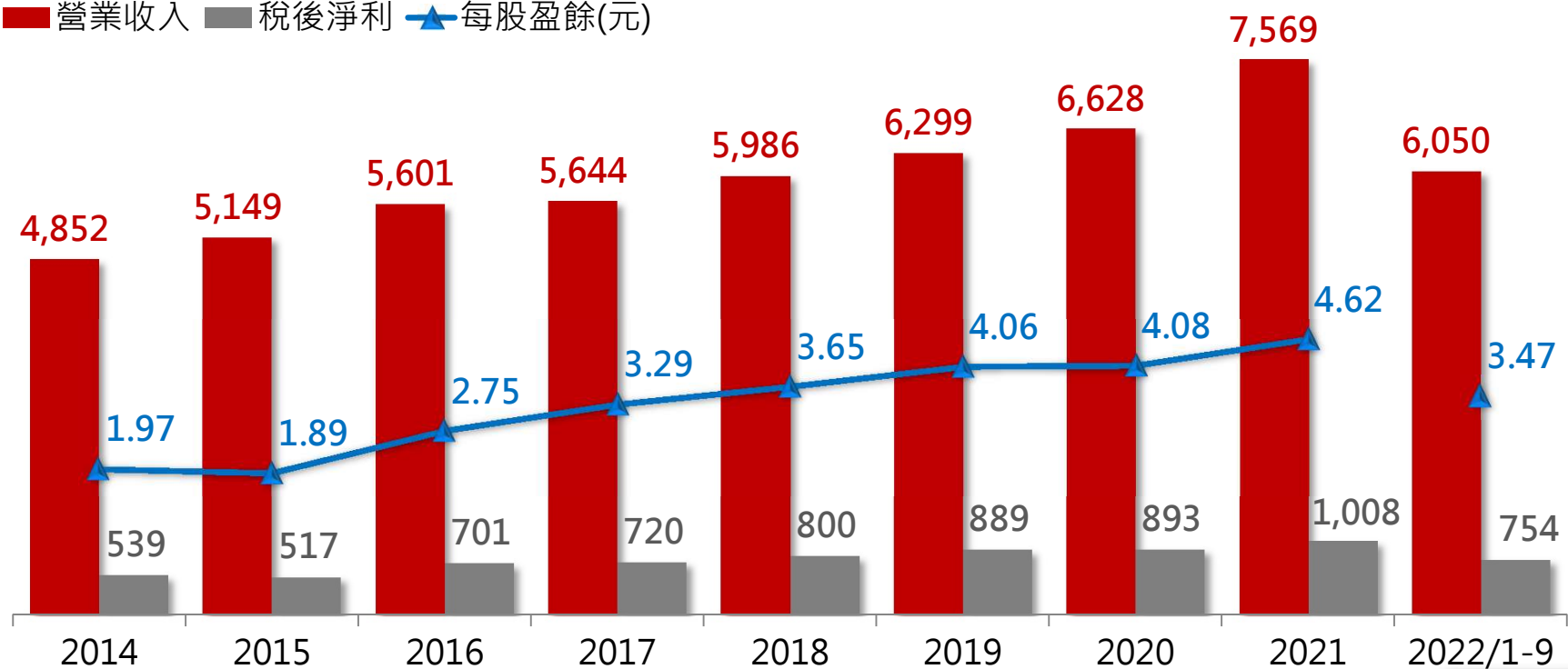
建物總面積：約6600坪

量產規模：約5~7萬套



合併經營績效 (百萬元)

■ 營業收入 ■ 稅後淨利 ▲ 每股盈餘(元)

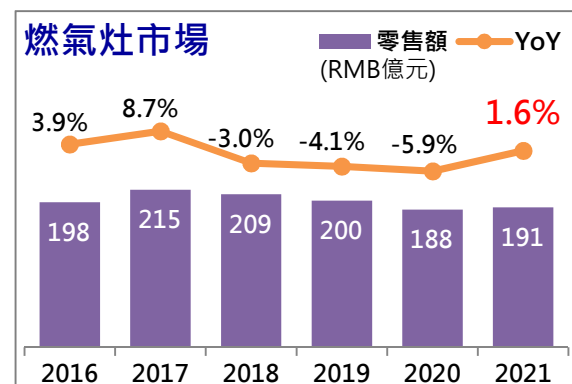
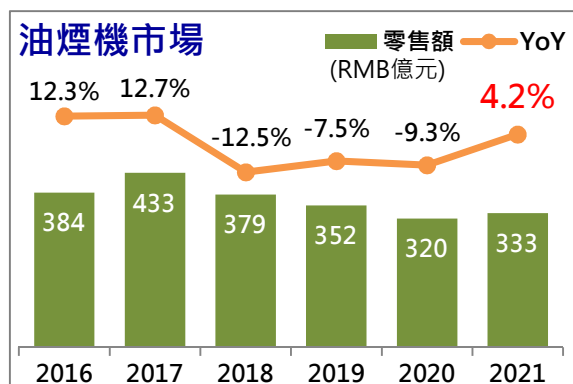
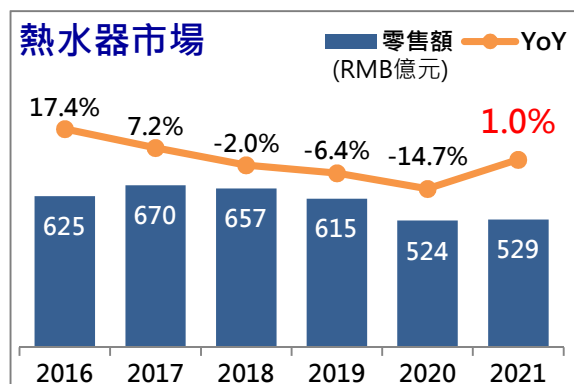


合併經營績效 (百萬元)

年度	2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年		2022/1-9	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
營業收入	4,852	100.0%	5,149	100.0%	5,601	100.0%	5,644	100.0%	5,986	100.0%	6,299	100.0%	6,628	100.0%	7,569	100.0%	6,050	100.0%
營業成本	3,391	69.9%	3,531	68.6%	3,775	67.4%	3,736	66.2%	3,949	66.0%	4,055	64.4%	4,186	63.2%	4,881	64.5%	3,999	66.1%
營業毛利	1,461	30.1%	1,617	31.4%	1,825	32.6%	1,908	33.8%	2,037	34.0%	2,244	35.6%	2,442	36.8%	2,689	35.5%	2,051	33.9%
營業費用	960	19.8%	1,012	19.7%	1,124	20.1%	1,152	20.4%	1,208	20.2%	1,287	20.4%	1,377	20.7%	1,529	20.2%	1,255	20.7%
營業淨利	501	10.3%	606	11.8%	701	12.5%	756	13.4%	830	13.9%	958	15.2%	1,065	16.1%	1,160	15.3%	796	13.2%
營業外收支	136	2.8%	25	0.5%	148	2.6%	107	1.9%	163	2.7%	102	1.6%	60	0.9%	90	1.2%	149	2.5%
稅前淨利	637	13.1%	631	12.3%	849	15.2%	864	15.3%	993	16.6%	1,060	16.8%	1,125	17.0%	1,251	16.5%	945	15.6%
所得稅費用	98	2.0%	114	2.2%	148	2.6%	143	2.5%	193	3.2%	171	2.7%	232	3.5%	243	3.2%	190	3.1%
稅後淨利	539	11.1%	517	10.0%	701	12.5%	720	12.8%	800	13.4%	889	14.1%	893	13.5%	1,008	13.3%	754	12.5%
每股盈餘(元)	1.97		1.89		2.75		3.29		3.65		4.06		4.08		4.62		3.47	
EBITDA	596	12.3%	698	13.6%	804	14.3%	853	15.1%	933	15.6%	1,070	17.0%	1,200	18.1%	1,313	17.3%	920	15.2%
投資損益-櫻中	55	1.1%	(38)	-0.7%	91	1.6%	67	1.2%	85	1.4%	21	0.3%	1	0.0%	65	0.9%	54	0.9%

櫻花中國

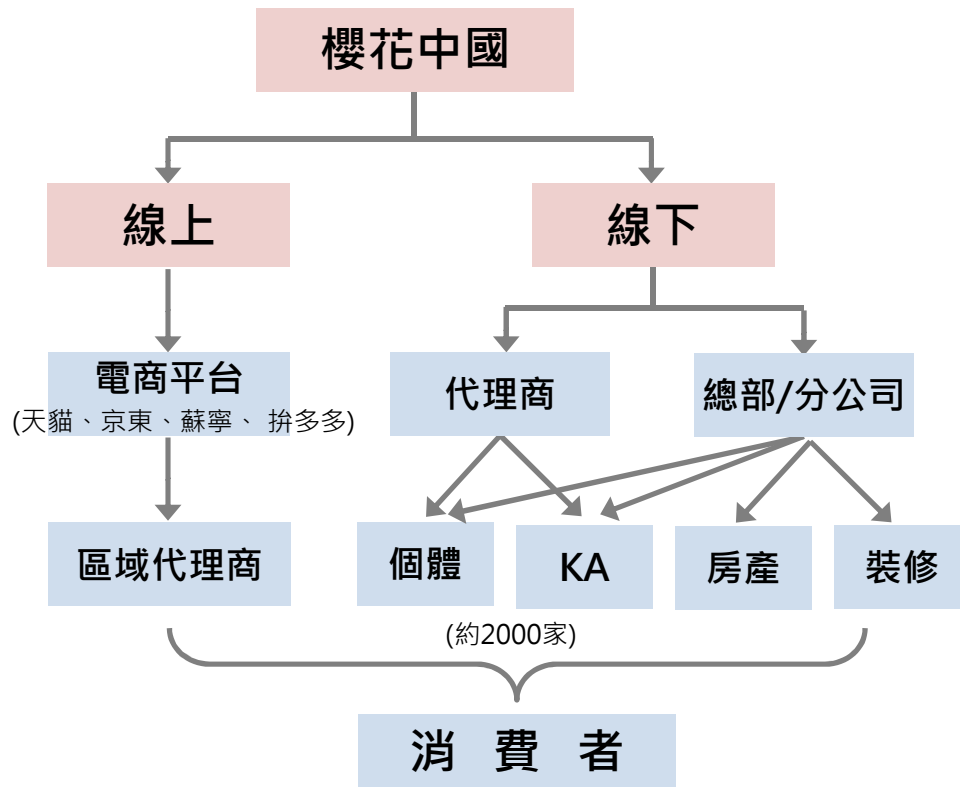
中國廚衛市場趨勢



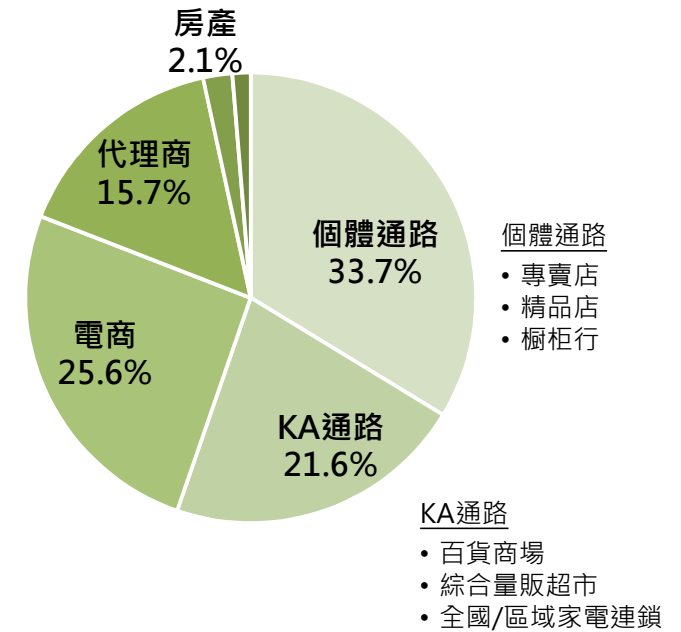
資料來源：奧維云網(AVC)

- 2021年中國疫情相較2020年相對回穩下，整體廚衛市場零售額成長7%，主要成長力道在於新興品類，其中集成灶市場零售額同期比增長41%。而傳統廚衛電品類 - 熱水器、油煙機、燃氣灶市場零售額同期比增長則分別為1%、4.2%、1.6%。
- 在疫情回穩下，櫻花中國2021年廚衛電整體營收成長2.4%，其中集成灶成長36%，熱水器、油煙機、燃氣灶三大品類合計成長3.4%。

通路結構



2021年各通路銷售金額占比



產品結構

廚電衛電

燃氣熱水器、電熱水器、壁掛爐、油煙機、燃氣灶、集成灶、消毒櫃、洗碗機、蒸烤箱、電烤箱、水槽

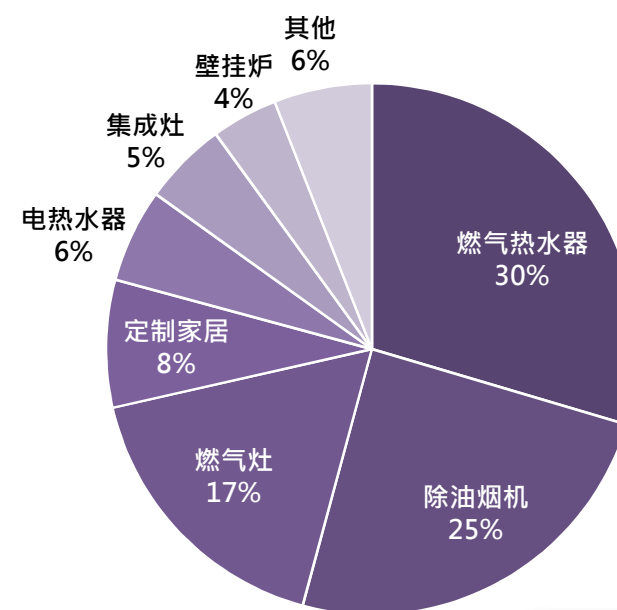


定制家居

整體廚房、全屋裝修



2021年產品銷售金額占比



SAKURA
享受智能 樂在生活

櫻花中國經營策略

產品

- 擴充產品線、透過產品組合提高單價
- 未來成長性產品加重資源投放

通路

- 完善代理商網點體系
- 擴大線下零售網點覆蓋率

管理

- 流程優化、提升營運效能
- 固定費用管控



開放式廚房 就是找櫻花

清新無所味 收納有所位

魔術空間專家
Dr.Space

空氣清新專家
Dr.Nose

THANK YOU!