

SAKURA
享受智能 » 樂在生活

櫻花集團

SAKURA GROUP

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 霧峰廠 員工1,080名
	大陸 ▶ 江蘇昆山廠(櫻花中國) 廣東順德廠(櫻順衛廚) 員工2,000名

1978
設立

1992
07.16上市



重點經營區域



櫻花中國

- 燃熱、壁掛爐、油機、瓦斯爐、整體廚房

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



櫻順衛廚

- 油煙機、電灶、燒烤爐等家電產品



營運總部

台灣

- 四個生產基地
- 超過 3,500 個銷售據點



神岡廠

- 油煙機、沖床/鈑金/塗裝作業



大雅二廠

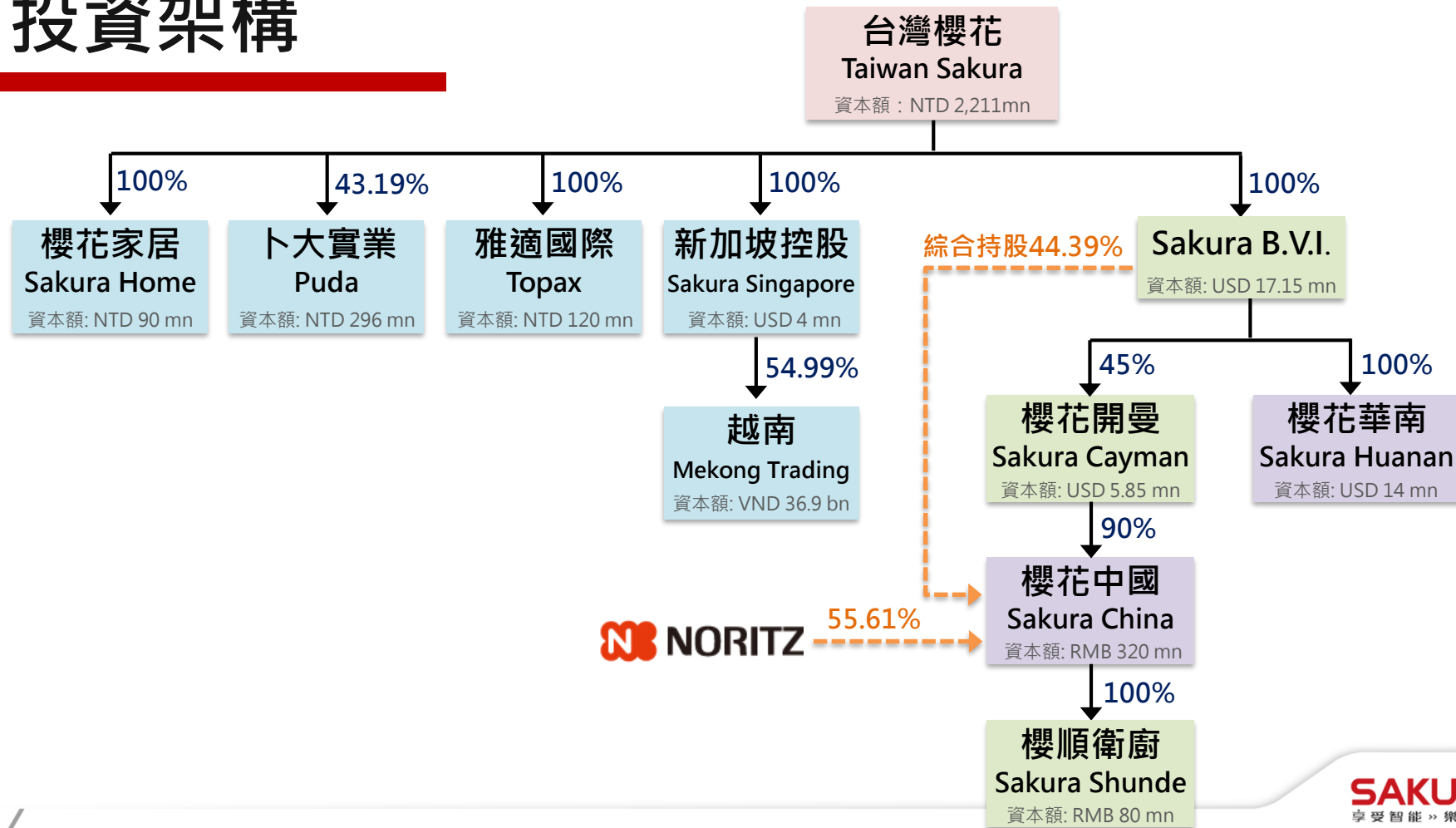
- 熱水器、瓦斯爐



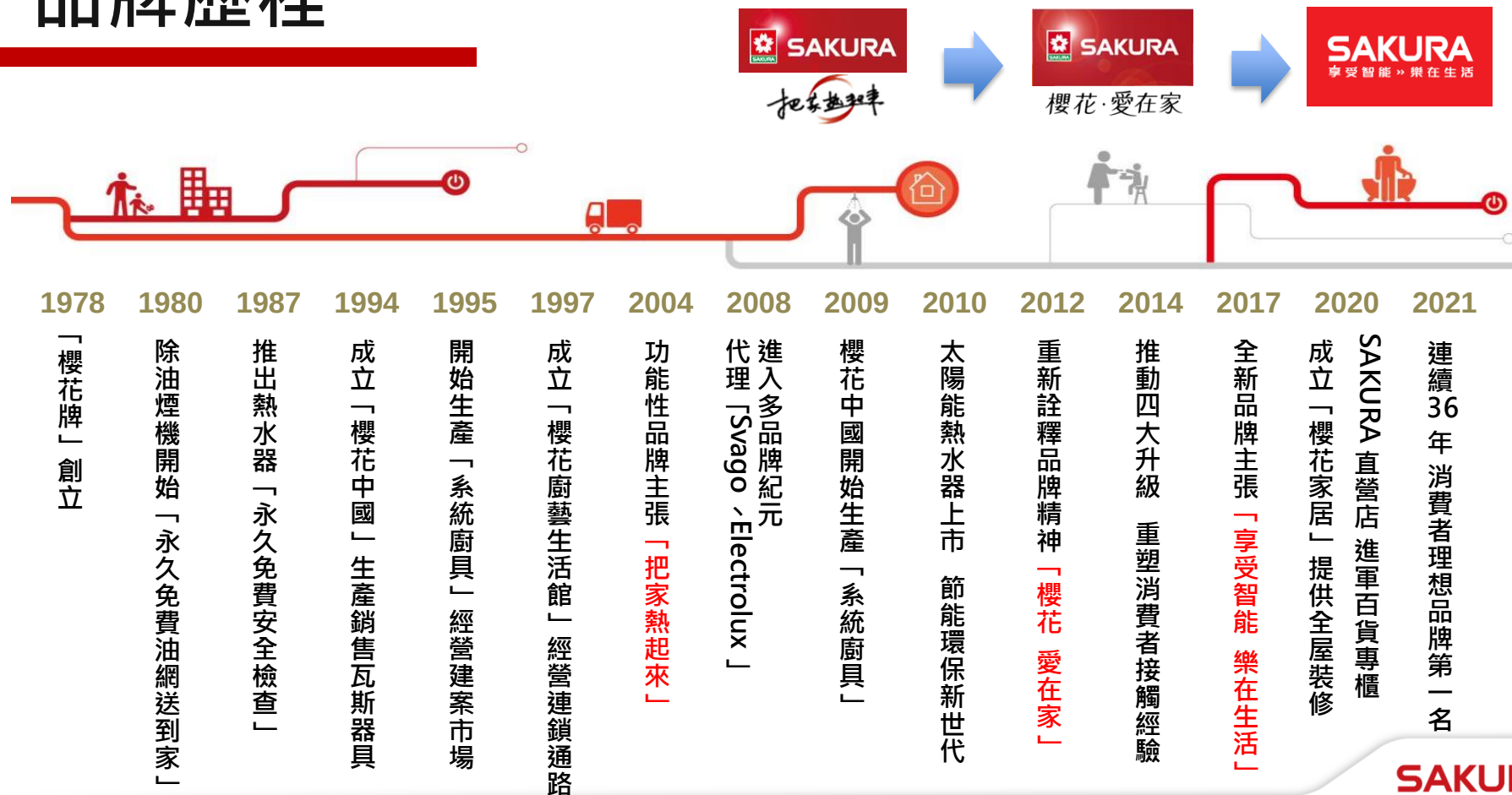
霧峰廠

- 整體廚房

投資架構



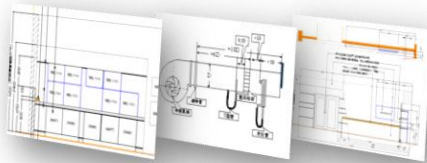
品牌歷程



集團經營理念

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

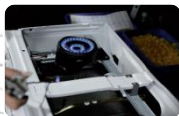


品質
Quality

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

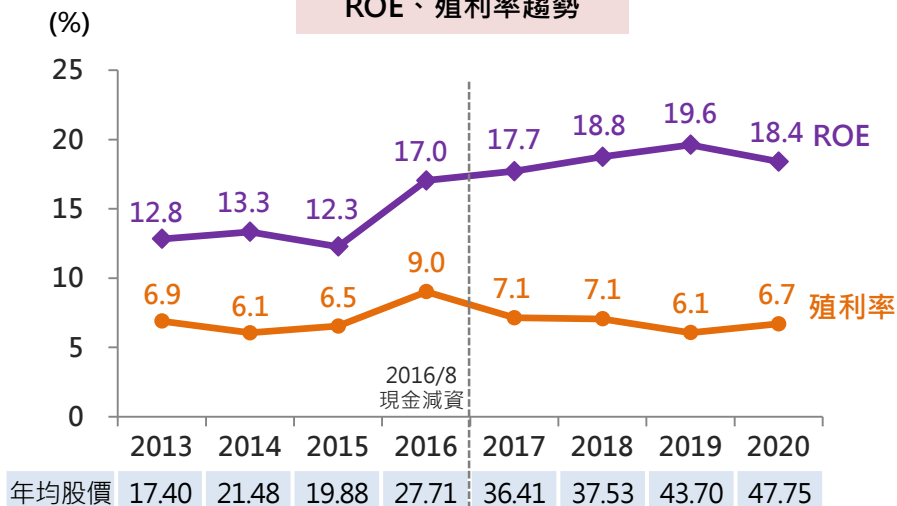
SAKURA CARE

SAKURA
享受智能 樂在生活

集團策略核心

以價值型企業為目標，創造消費者與股東權益最佳化

ROE、殖利率趨勢



未來ROE目標 >20%

股利發放政策



2021~2025年預估新廠建置資本支出約20億

集團品牌及產品

以家庭為核心的產品佈局

廚電衛電



SAKURA

莊頭北
topax



整體廚房



櫻花整體廚房



櫻花廚藝
kitchen life 生活館

TLK
KITCHENS



全屋裝修



SAKURA HOME



進口廚電



Electrolux

JOY OF COOKING
svago



整體浴室



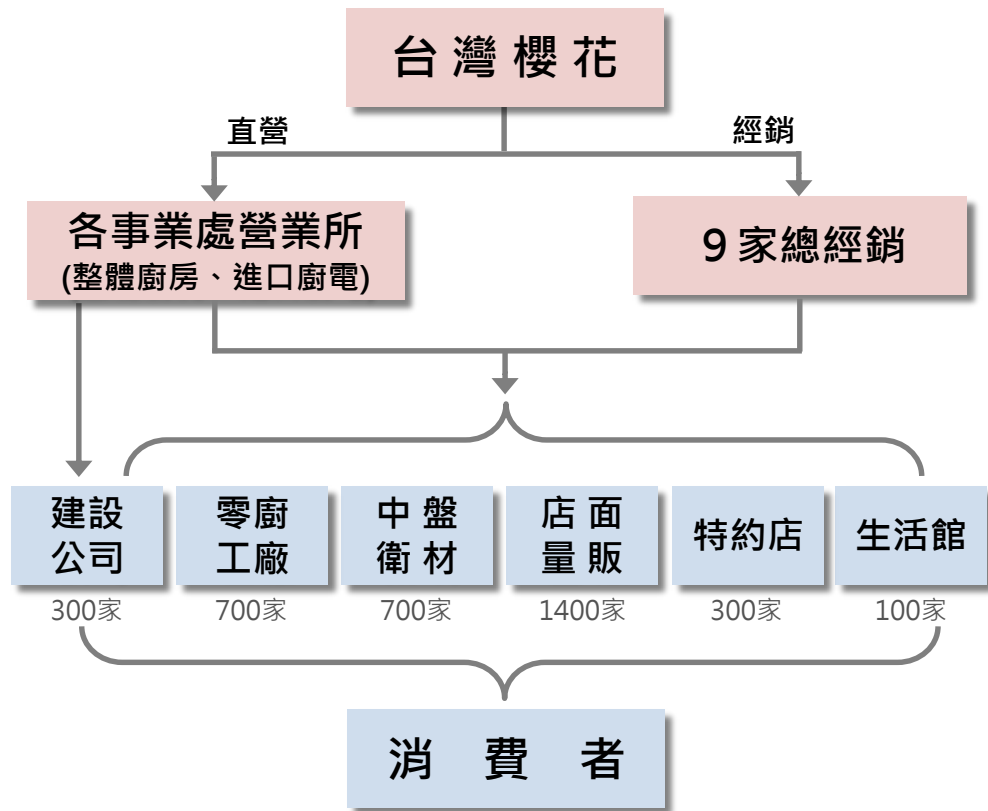
PUDA 卜大整體浴室



集團品牌位階



銷售通路



台灣通路約3500家，

櫻花通路滲透率約**80%**以上



國際市場佈局 Global Market Network

ODM/OEM

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

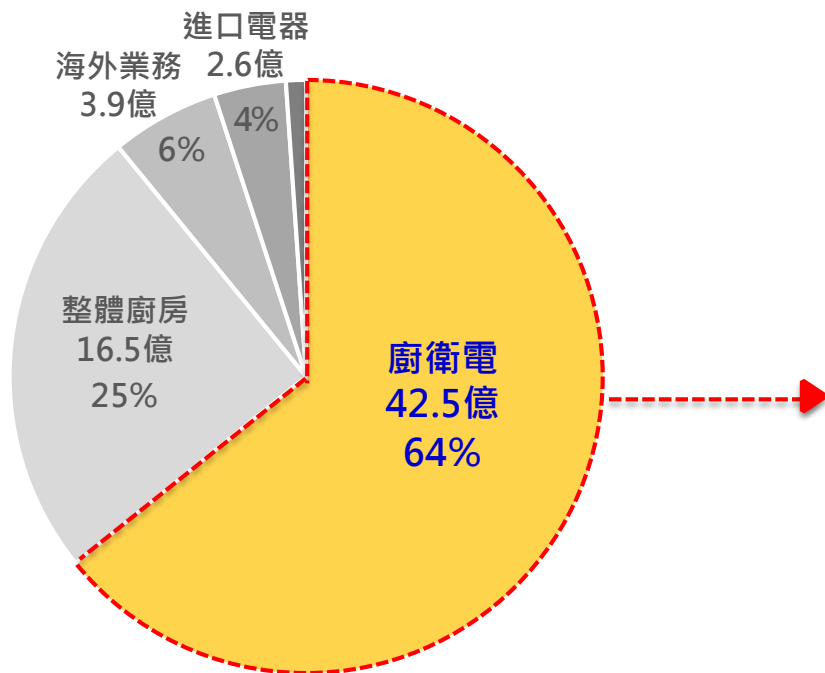
OBM

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

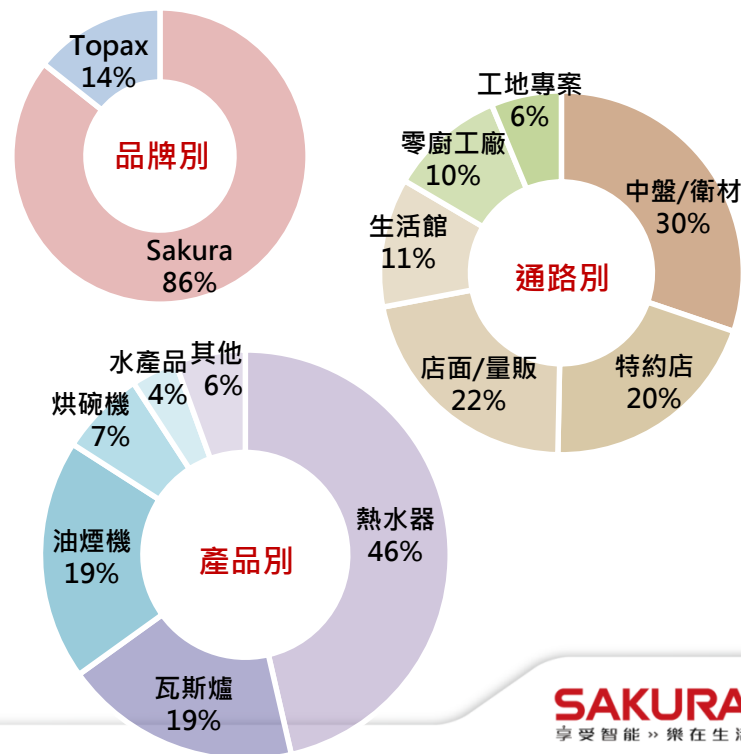


銷售結構_廚衛電

2020年合併營收NT\$ **66.3** 億

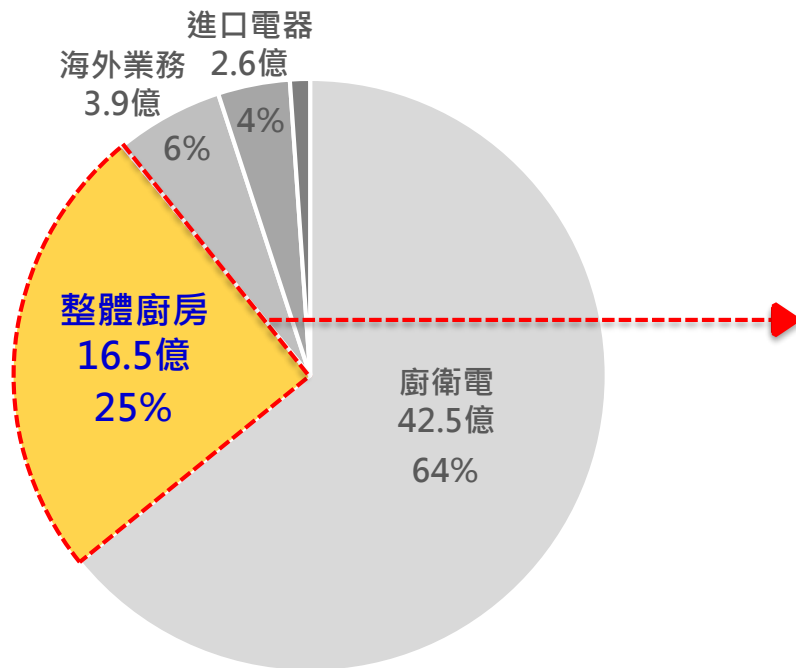


2020年廚衛電營收NT\$ **42.5** 億

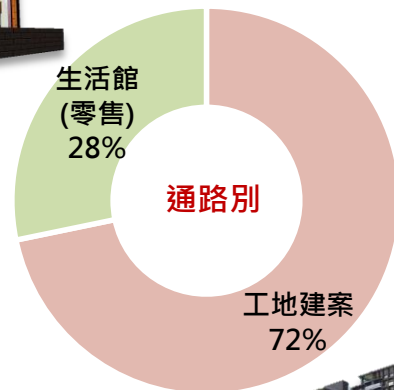


銷售結構_整體廚房

2020年合併營收NT\$ 66.3 億

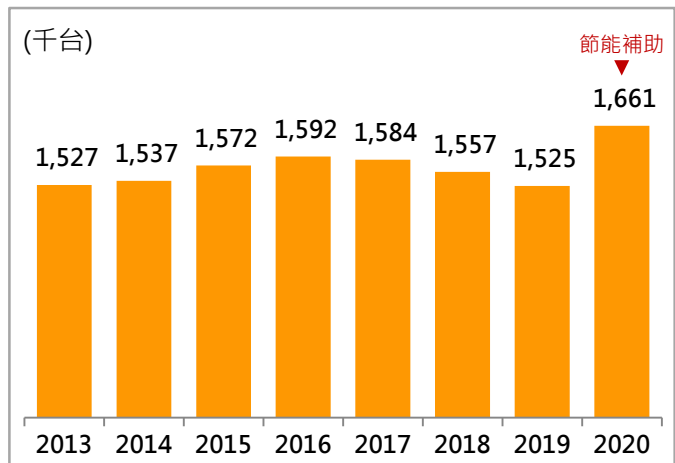


2020年整體廚房營收NT\$ 16.5 億



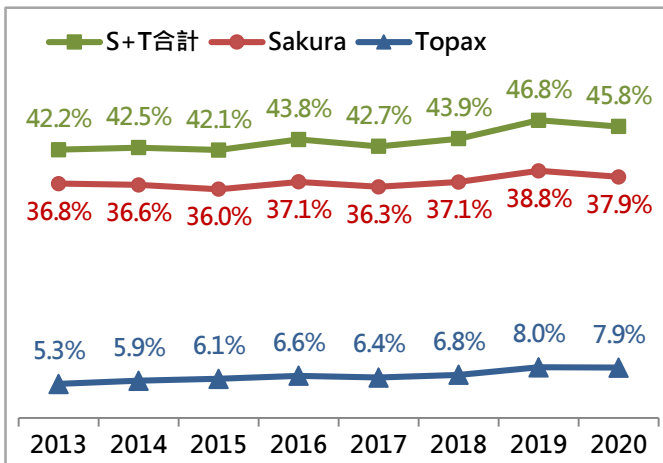
廚衛電市場

廚衛電市場總量



► 廚衛電市場總量穩定約155萬台

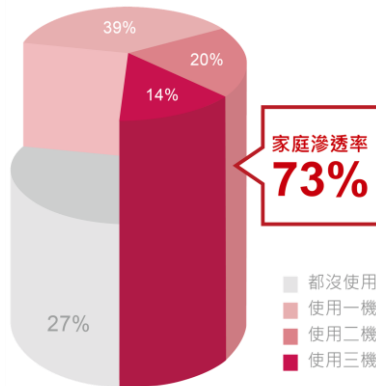
櫻花集團市占率



► 雙品牌策略

Sakura - 量價移轉提升獲利，市占維持

Topax - 積極提升市占，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 7,500 元



16L
渦輪增壓智能恆溫
熱水器
售價 23,900 元



智能恆溫 專利渦輪增壓



兩口
安全爐
售價 4,700 元



智能雙炫火
玻璃檯面爐
售價 18,300 元



智能操控



斜背式
除油煙機
售價 6,590 元

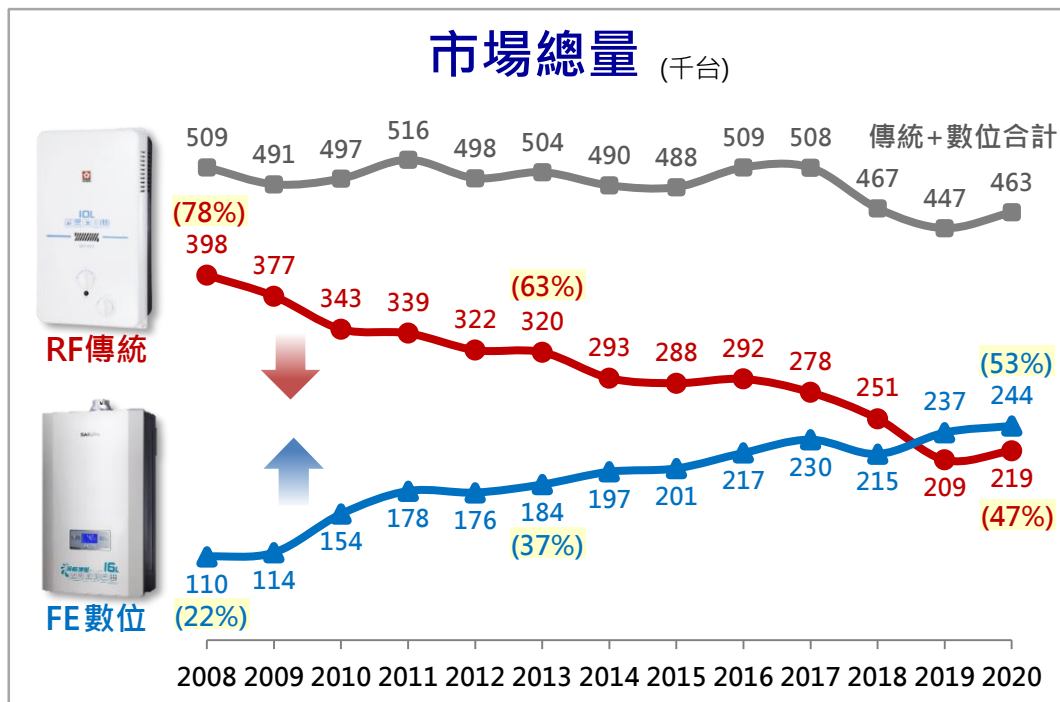


3D環吸
除油煙機
售價 25,600 元

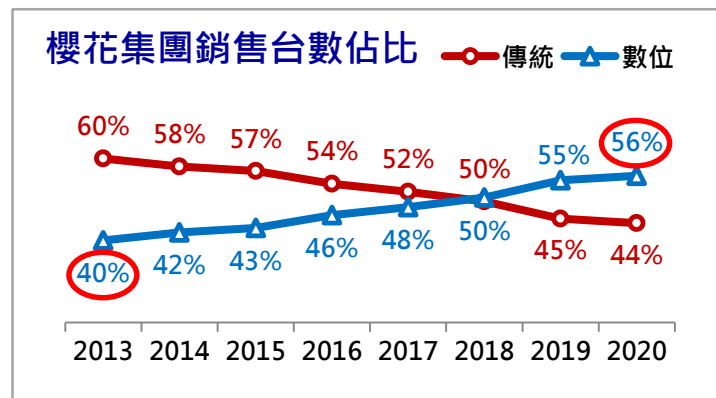
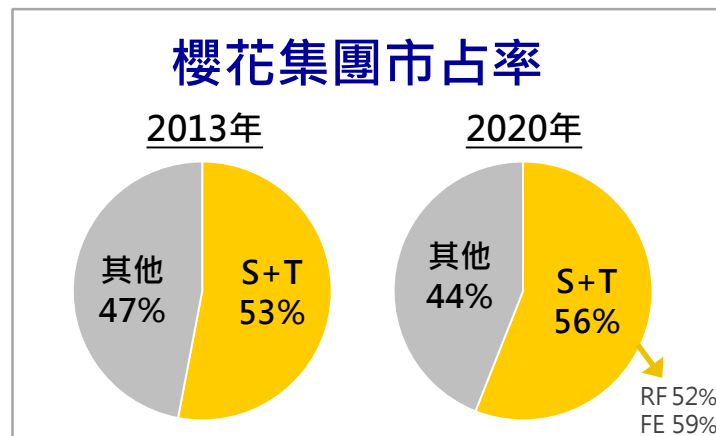


智能風控 專利環吸

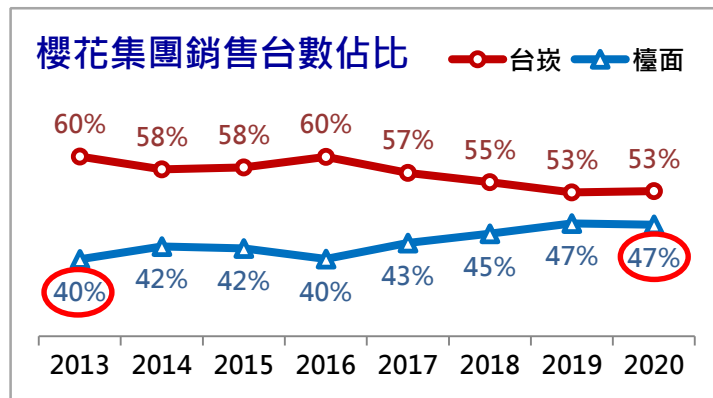
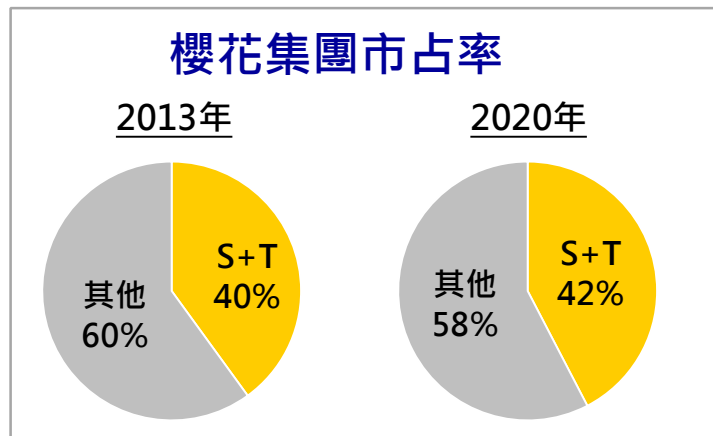
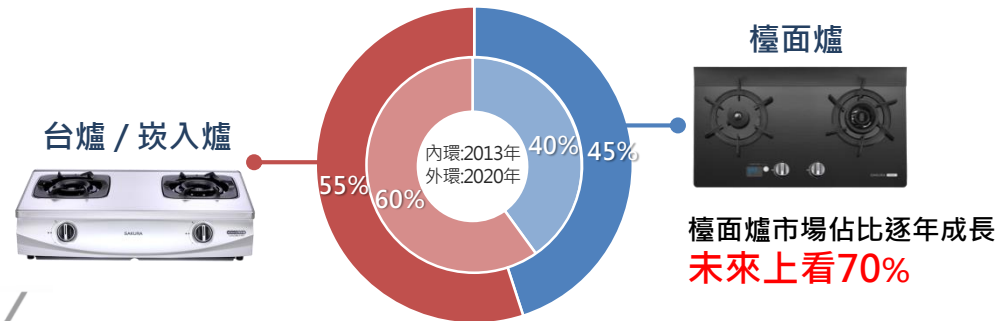
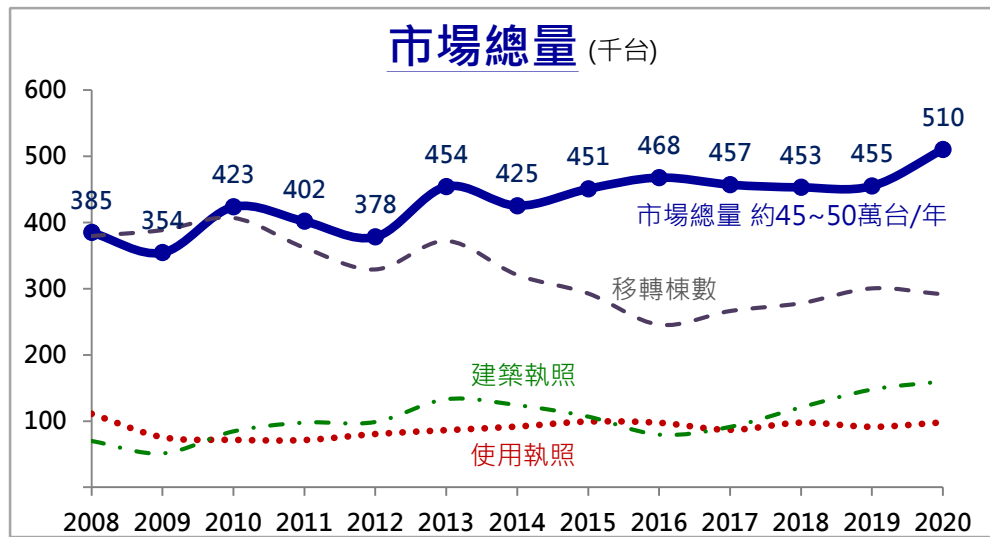
瓦斯熱水器



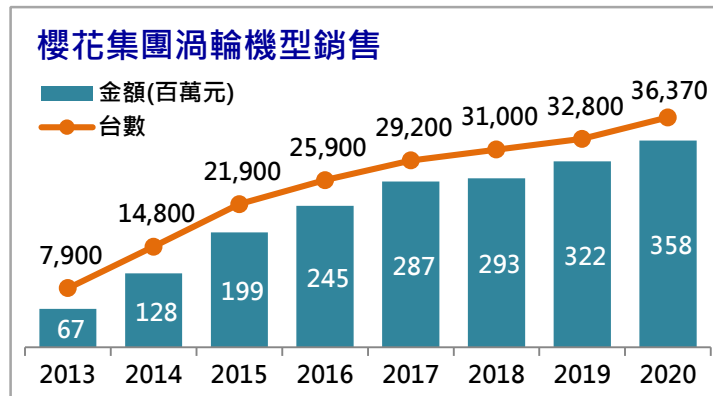
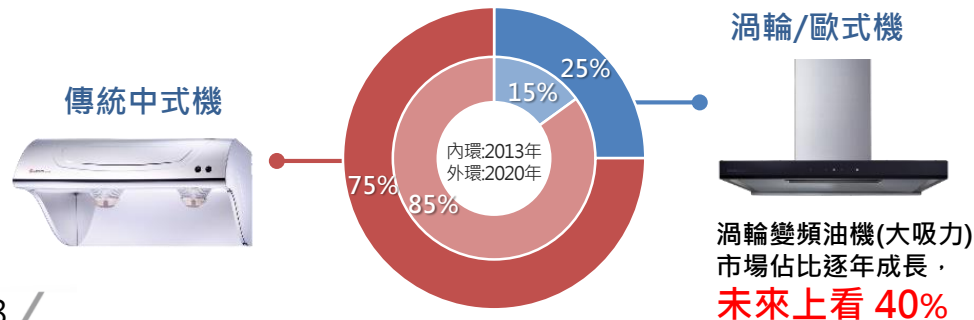
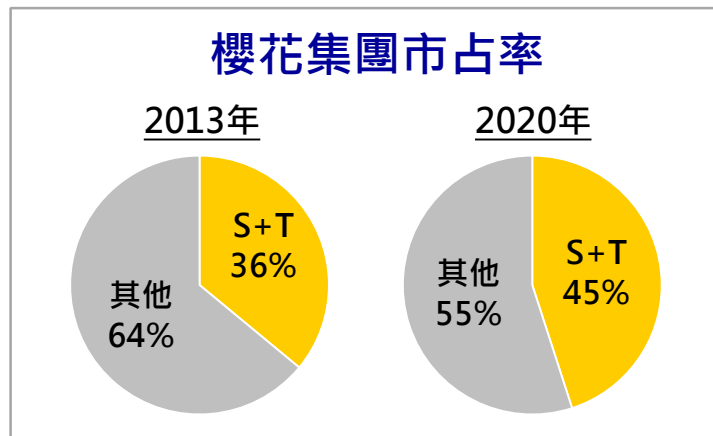
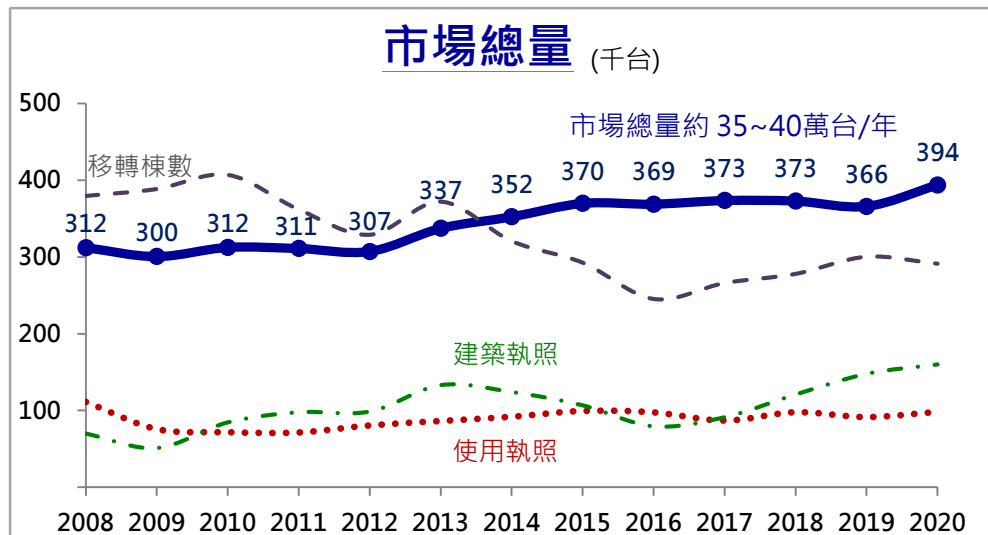
- 市場總量約 45~50萬台/年
- 2019年FE數位式需求量已超越RF傳統式，未來上看70%



瓦斯爐



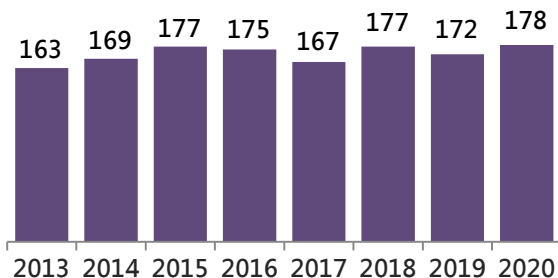
油煙機



整體廚房

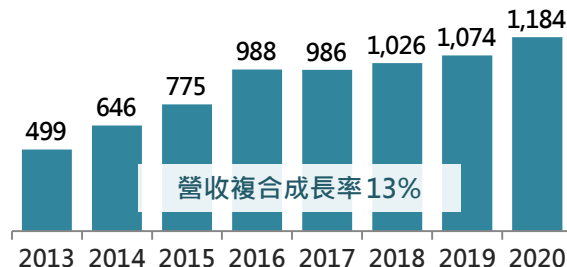
市場總量約16~18萬套

■ 市場總量(千套)



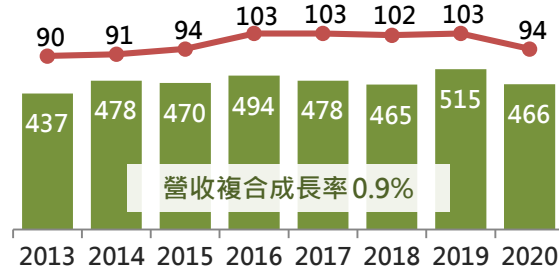
工地建案銷售額穩定成長

■ 建案廚具營收(百萬元)



生活館營運效益提升

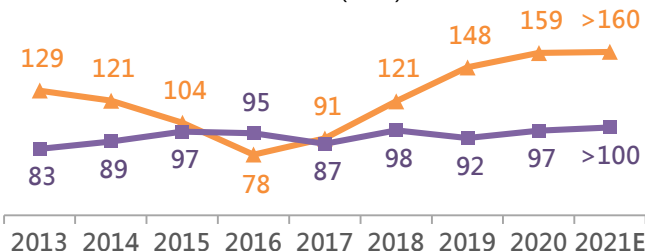
■ 生活館營收(百萬元) ■ 生活館家數



建案市場趨勢

2019~2021年建照戶數高峰，
預計2022~2024年完工申請使用

— 住宅建照 — 住宅使用 (千戶)



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

2020~2022年
四代店升級及
汰弱換新計劃

策略佈局-生產整併優化

神岡廠 / 油煙機 (塗噴作業)



空間不足/ 作業流程耗時

大雅廠 / 熱水器 瓦斯爐 烘碗機



現有空間規劃自動化線的困難

霧峰廠 / 整體廚房



霧峰新廠規劃 - 製造產線整併優化、自動化設備導入



2021~2025年資本支出約20億

智能接單生產 - 自動化設備/軟體導入



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

3M 愛惠浦 BRITA
Amway 寶潔牌 ACUO 千山淨水



淨水市場商機
整機+濾心

100億



經銷專櫃拓展

>300家

整機+濾心銷售額

2019年 2020年 2025年目標

0.7億→1.6億→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



櫻花RO淨水器

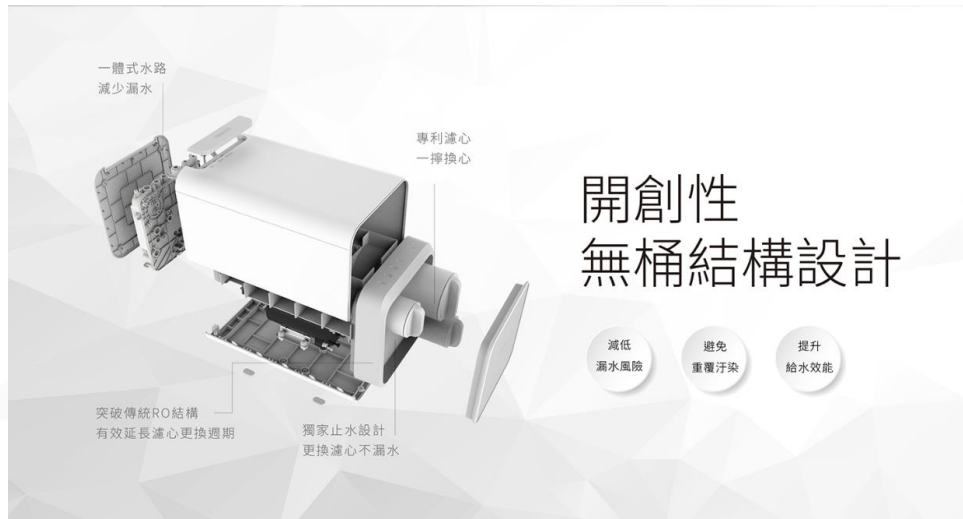


櫻花跨世代 RO淨水器

即濾即飲
簡單喝水

一體式水路設計
無桶結構 專利濾心

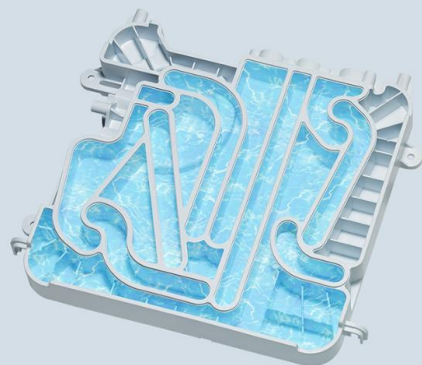
革命性設計



革命性 一體式水路設計

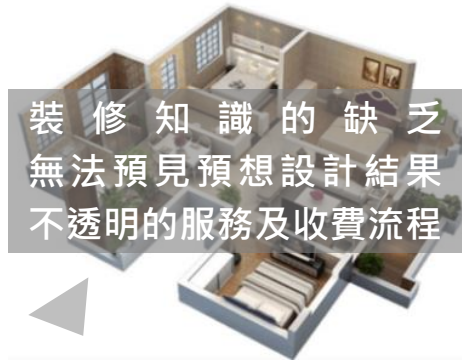
——終結漏水、儲水重覆污染——

順應過去傳統RO淨水器使用體驗，櫻花跨世代RO淨水器採用革命性「一體式水路設計」，整合傳統RO 37個管線、接頭等零件，有效降低以往漏水風險，也造就無桶設計，杜絕儲水多次污染，體驗即濾即飲，每口都是新鮮純水。



新事業佈局-家居市場

● 消費者既定的未滿足痛點



櫻花家居

智能定製 全屋裝修

2020年在台中設立第一間旗艦館
創立初期著重營運流程建置完善
預計2~3年後達損益兩平

新製造

10萬模組 製程優勢
柔性生產 生產優勢

新設計

新零售

O T O 優勢
C 2 B 優勢

▼ 免費客製提案 大數據房型庫



▼ 運用智能技術，確保所見即所得



SAKURA
享受智能 樂在生活



SAKURA HOME 全屋規劃



玄關



客廳



餐廳



廚房



主臥房



更衣室



次臥房



兒童房



長輩房



書房



陽台

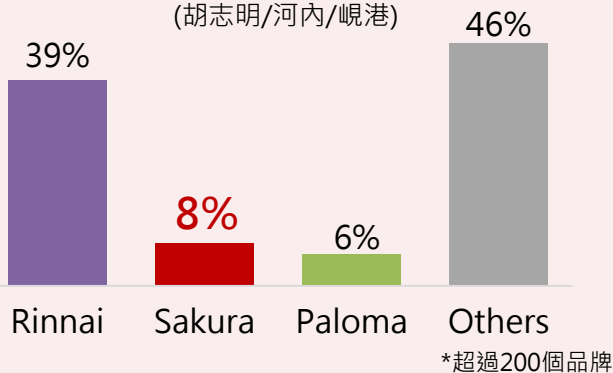


其他

海外市場佈局-越南

三大都會區瓦斯爐品牌市佔率

(胡志明/河內/岘港)



越南經銷通路轉變



越南建案



2018/11成立越南辦事處

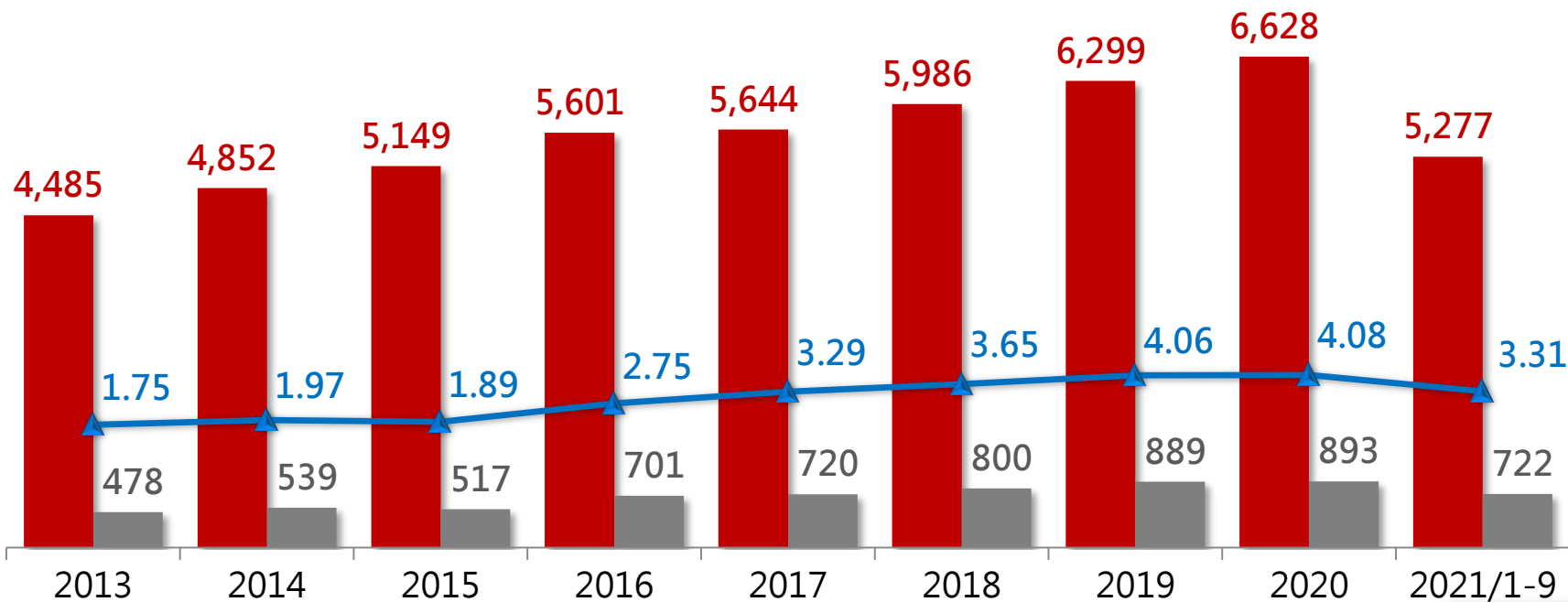
2019/12越南市場經營模式決策



2021H2已完成投資程序

合併經營績效

■ 營業收入(百萬元) ■ 稅後淨利(百萬元) ▲ 每股盈餘(元)



合併經營績效 (百萬元)

年度	2013年		2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021/1-9	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
營業收入	4,485	100.0%	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%	5,277	100.0%
營業成本	3,114	69.4%	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%	3,329	63.1%
營業毛利	1,371	30.6%	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%	1,948	36.9%
營業費用	1,000	22.3%	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%	1,125	21.3%
營業淨利	371	8.3%	501	10.3%	606	11.8%	701	12.5%	756	13.4%	830	13.9%	958	15.2%	1,065	16.1%	824	15.6%
營業外收支	198	4.4%	136	2.8%	25	0.5%	148	2.6%	107	1.9%	163	2.7%	102	1.6%	60	0.9%	71	1.4%
稅前淨利	570	12.7%	637	13.1%	631	12.3%	849	15.2%	864	15.3%	993	16.6%	1,060	16.8%	1,125	17.0%	895	17.0%
所得稅費用	92	2.0%	98	2.0%	114	2.2%	148	2.6%	143	2.5%	193	3.2%	171	2.7%	232	3.5%	173	3.3%
稅後淨利	478	10.7%	539	11.1%	517	10.0%	701	12.5%	720	12.8%	800	13.4%	889	14.1%	893	13.5%	722	13.7%
每股盈餘(元)	1.75		1.97		1.89		2.75		3.29		3.65		4.06		4.08		3.31	
EBITDA	461	10.3%	596	12.3%	698	13.6%	804	14.3%	853	15.1%	933	15.6%	1,070	17.0%	1,200	18.1%	936	17.7%
投資損益-櫻中	87	1.9%	55	1.1%	(38)	-0.7%	91	1.6%	67	1.2%	85	1.4%	21	0.3%	1	0.0%	58	1.1%

2021年H1房屋移轉年增25% 創17年新高 新屋市場穩定 二手屋市場逐年活絡



經營展望

1

廚電市佔率仍會持續提升，高階商品銷售增長將持續帶動單價與毛利率提升

2

整體廚房在建設公司市佔率有望持續提升，連鎖體系將致力於單店效益提昇

3

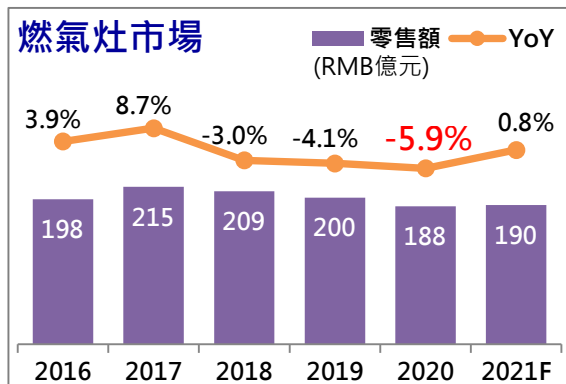
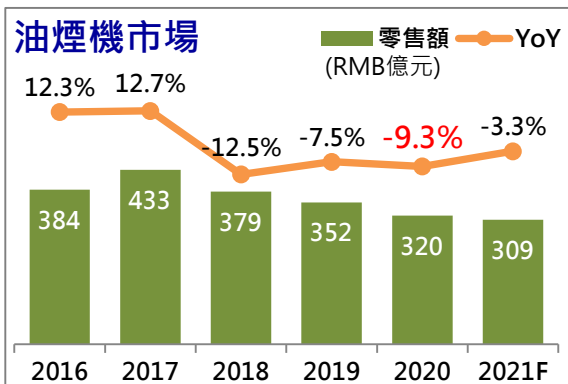
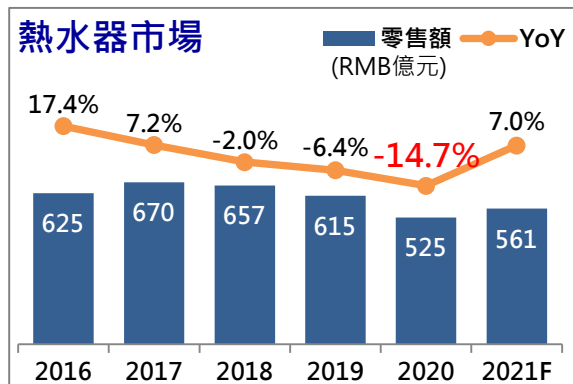
擴展淨水產品、居家事業、海外市場

4

2019~2025 新廠規劃建置、生產導入自動化設備，預期未來生產效益及產品品質將持續提升

櫻花中國

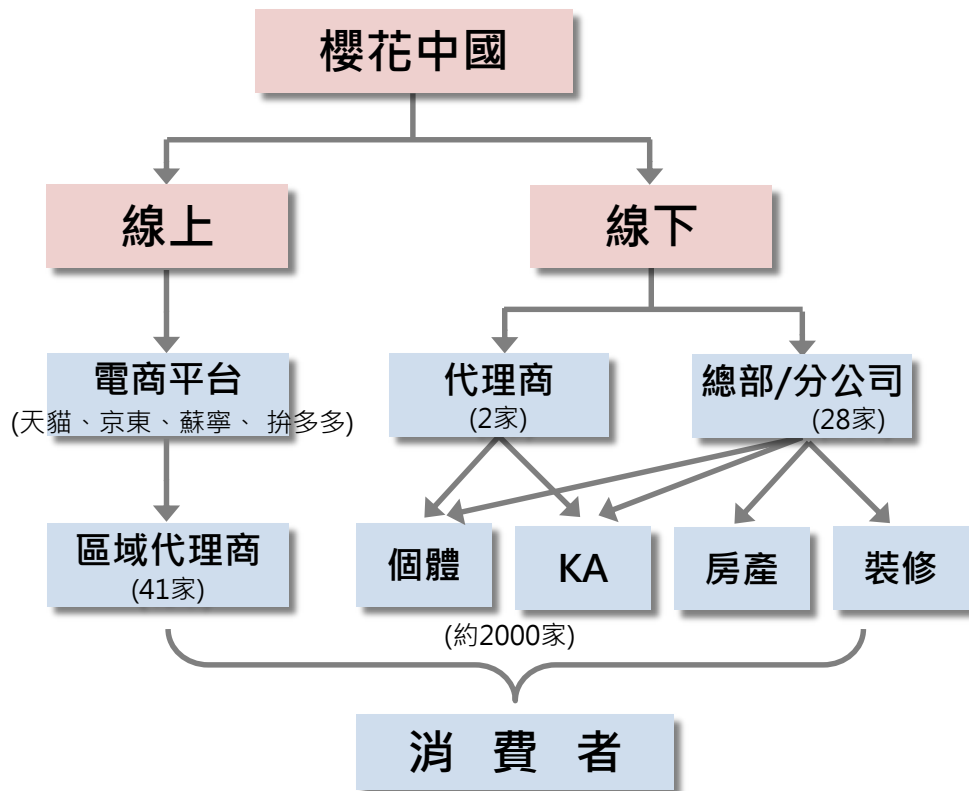
中國廚衛市場趨勢



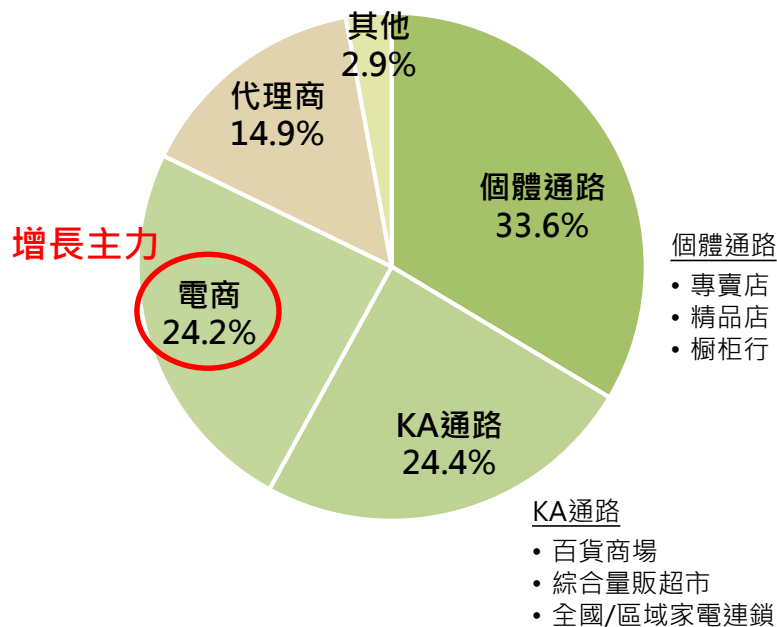
資料來源：奧維云網(AVC)

- 2020年中國廚衛市場受疫情衝擊大幅下滑，尤其以上半年度影響最大，下半年度過後影響則趨緩，但主要品類 - 熱水器、油煙機、燃氣灶等全年零售額同期比仍分別衰退14.7%、9.3%、5.9%。
- 櫻花中國2020全年營收衰退17% (H1衰退28%、H2衰退7%)。

通路結構



2020年各通路銷售金額占比



產品結構

廚衛電

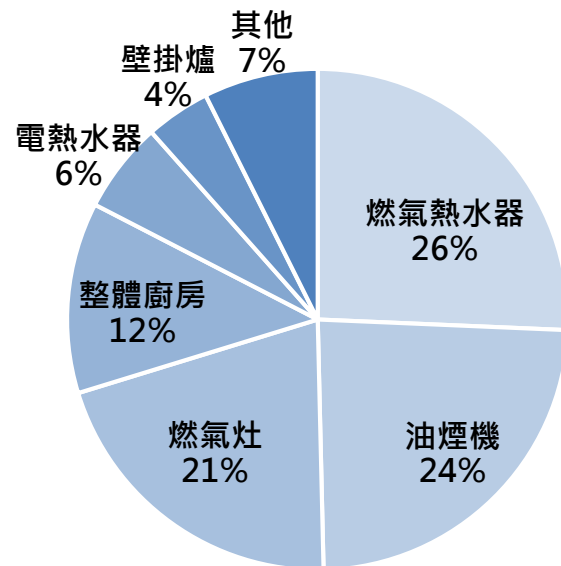
燃氣熱水器、電熱水器、壁掛爐、油煙機、燃氣灶、集成灶、消毒櫃、洗碗機、蒸烤箱、電烤箱、水槽



整體廚房



2020年產品銷售金額占比



櫻花中國經營策略

- 1 持續聚焦區域經營、換購產品市場利基
- 2 電商佈局 / 三四線城市 線下代理商開拓
- 3 管控固定成本、強化庫存管理



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!