

CHLITINA

麗豐股份有限公司(4137.TT)

Chlitina Holding Limited

CHLITINA

人的連結



「我們之間，只需要6個人相連」，「不管是美國總統還是威尼斯的船夫，只要找到正確的6個人，我們就能聯繫起來」。

-- “六度分隔理論”

免責聲明

此份聲明所引用之資料皆取自公開資訊。文件中所包含的任何估算及預測皆由麗豐股份有限公司(以下稱麗豐或本公司)所提供，其中涉及主觀判斷或分析的部份可能不全然正確。關於本報告的正確性或完整性，麗豐及本公司的經理人、高級職員、僱員、顧問、以及代表人無論以明示或暗示皆不能代表或保證。

麗豐並未獨立查實本報告所含資訊且對於資訊的正確性或完整性概不負責。

此份報告之版權所有為麗豐，報告接受者須同意不得拷貝、抄取或重製部分乃至整份文件。

本簡報中所提及之預測性資訊包括營運展望、財務狀況以及業務預測等內容，乃是建立在本公司從內部與外部來源所取得的資訊基礎。

本公司未來實際所可能發生的營運結果、財務狀況以及業務成果，可能與這些明示或暗示的預測性資訊有所差異。其原因可能來自於各種因素，包括但不限於市場風險、供應鏈、市場需求，以及本公司持續推出高品質產品能力等因素。

本簡報中對未來的展望，反應本公司截至目前為止對於未來的看法。對於這些看法，未來若有任何變更或調整時，本公司並不負責隨時再度提醒或更新。

本文件所包含有關特定公司之機密資料，僅限定揭露於此訊息接收人。此訊息接收人須同意其董事、高級職員、僱員、顧問以及代表人不向第三方揭露本文件訊息，且須同意不與特定公司之董事、高級職員、僱員、顧問以及代表人進行接觸

目錄

- 策略概述
- 創新通路—啟動O2O計畫
- 公司價值亮點
- 未來成長動力
- 傑出財務表現

策略概述

- 麗豐擁有的“克麗緹娜”為中國美容行業的領導品牌及最大通路，透過旗下超過三千家的特許加盟商，我們鎖定大中華區的女性消費者，提供垂直整合的美容護膚產品與服務。
- 中國美容行業剛步入快速起飛階段，麗豐透過已具規模的加盟通路、獨特的商業模式、與加盟主的共同努力，正快速拓展“克麗緹娜”品牌至消費者心中。
- “人的連結”是麗豐發展成功的重要關鍵，透過穩固的顧客群與對品牌的認可，我們持續不懈的拓展其價值。
- 2014年10月，麗豐將啟動嶄新的O2O(線上線下)通路以延伸既有的實體店面通路。麗豐預估新通路將於2015年貢獻營收新台幣1.5億，並於2017年達到新台幣6億。
- 麗豐致力於為投資人產生穩定而優質的成長回報，至今已展現高獲利能力(自2012年起，營業利益率即超過30%)與優異的現金流(2013年底淨現金已接近新台幣24億元)。



創新通路- 從線上到線下 (O2O)



與中國網購市場共舞

世界最大網購市場

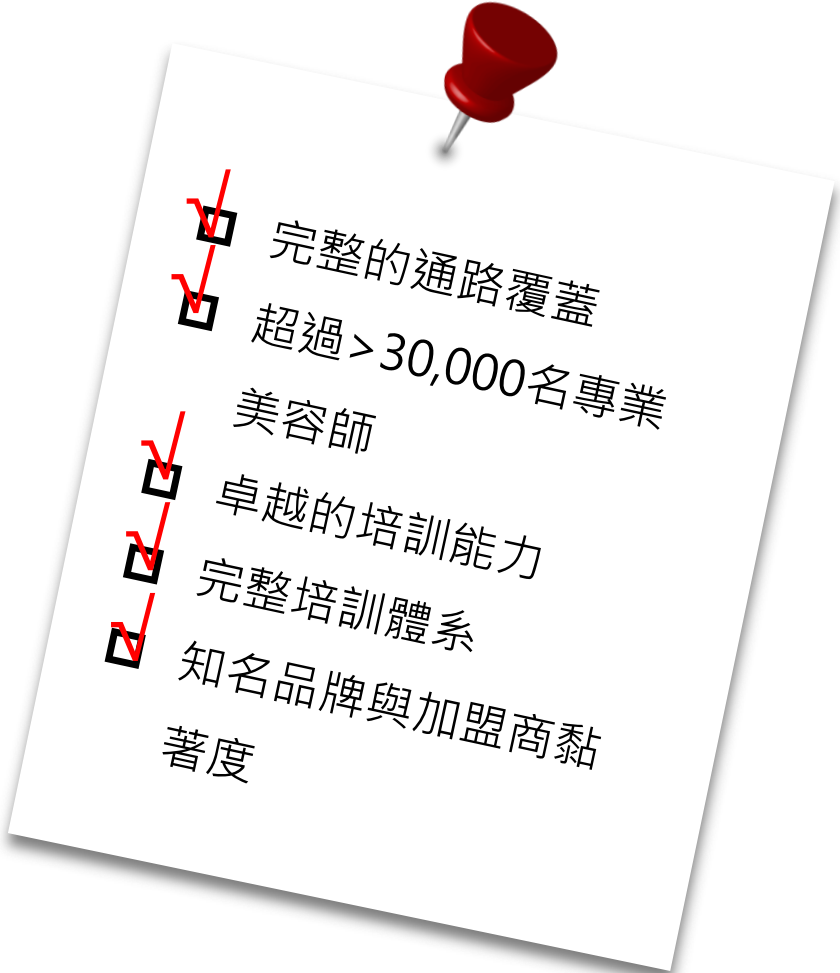
網購人口和配套設施同步加速

中國=世界品牌商網購發展的未來

- ✓ 2013年市場規模：中國網購市場US\$ 295.8bn，超過同年美國網購市場 (US\$ 263.3bn)
- ✓ 2003-2013年複合增長：>100%
- ✓ 3G/4G擴大了網路購物人群
- ✓ 富裕階層消費持續提升，並向網路通路轉移
- ✓ 物流建設的發展，拓展了用戶基數
- ✓ 以目前預期到2020年的增長前景，現在進入網購市場至少有3倍的增長空間
- ✓ 超高消費力族群（年均網絡消費支出 >10,000人民幣）僅占網路購物者總數的7%，但其網路消費支出占總額40%

O2O

克麗緹娜的優勢 - 人的聯結

- 
- 完整的通路覆蓋
 - 超過 > 30,000 名專業美容師
 - 卓越的培訓能力
 - 完整培訓體系
 - 知名品牌與加盟商黏著度

O2O

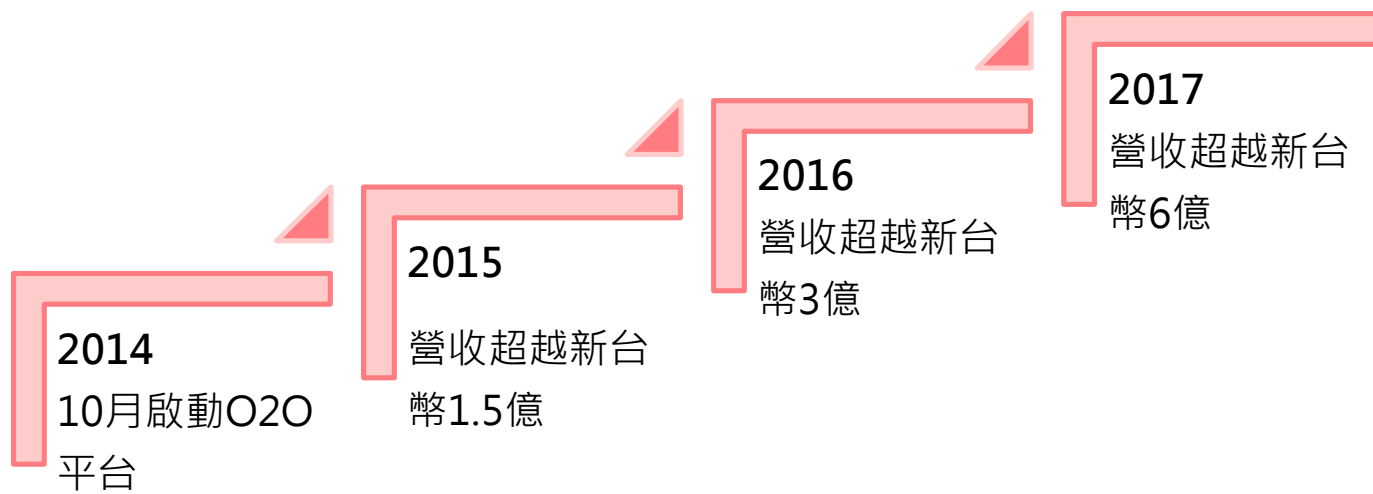
全新的產品系列：
百奧維他立體行銷規劃

- 目標消費者：白領階級，專業人士及家庭
- 產品訴求：提升自我自我治癒能力，共贏健康人生



O2O

O2O的三年策略

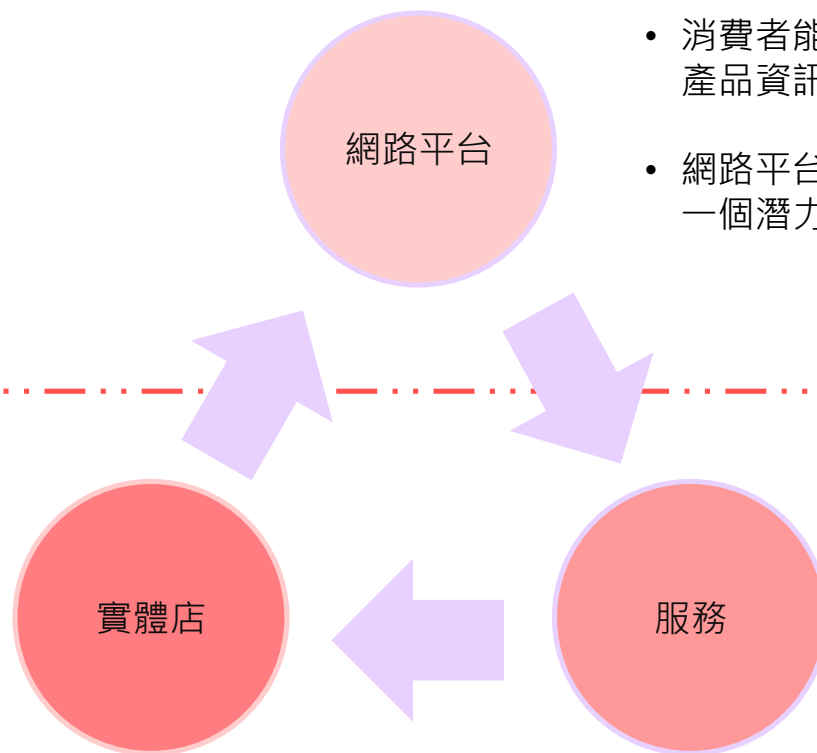


O2O

不只是單純的網購

線上

線下



- 消費者能即時、容易地取得產品資訊及採購產品
- 網路平台對克麗緹娜來說是一個潛力巨大的全新通路

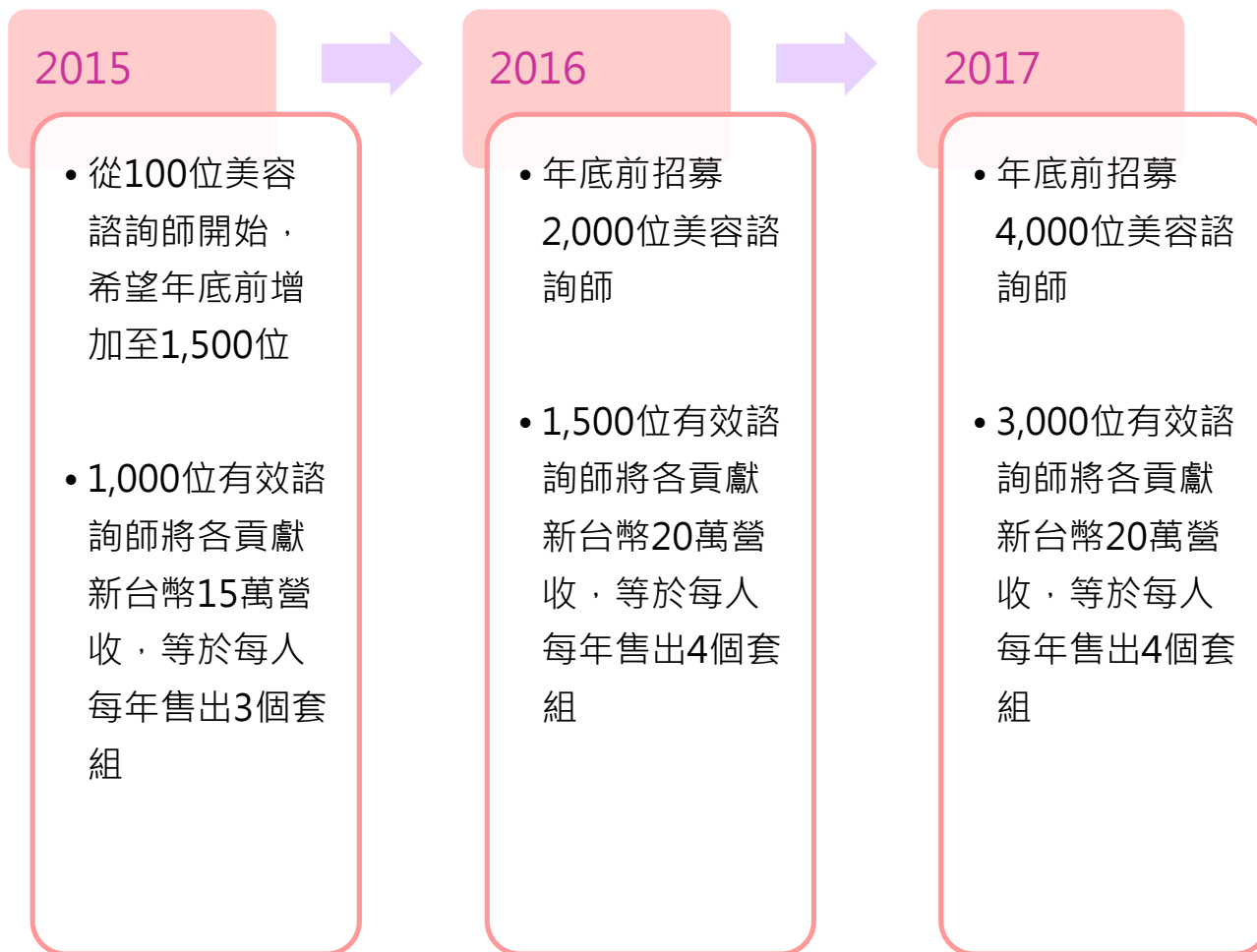
我們獨特的O2O
通路將單純的網
購轉變為360°全
方位服務的營銷
體系

- 實體店提供消費者親切的環境體驗產品，讓消費者更了解克麗緹娜及其他可提供的產品與服務
- 強而有力的CRM系統，讓Chlitina有機會增加客戶於實體店內的消費
- 美容諮詢師提供消費者一對一的顧問服務
- 用分享利潤的方式降低銷售團隊成本

O2O

完整的通路戰略

- 集中於一至三線城市
- 選擇2000家加盟店發展O2O通路



公司價值亮點

規模

通路

培訓

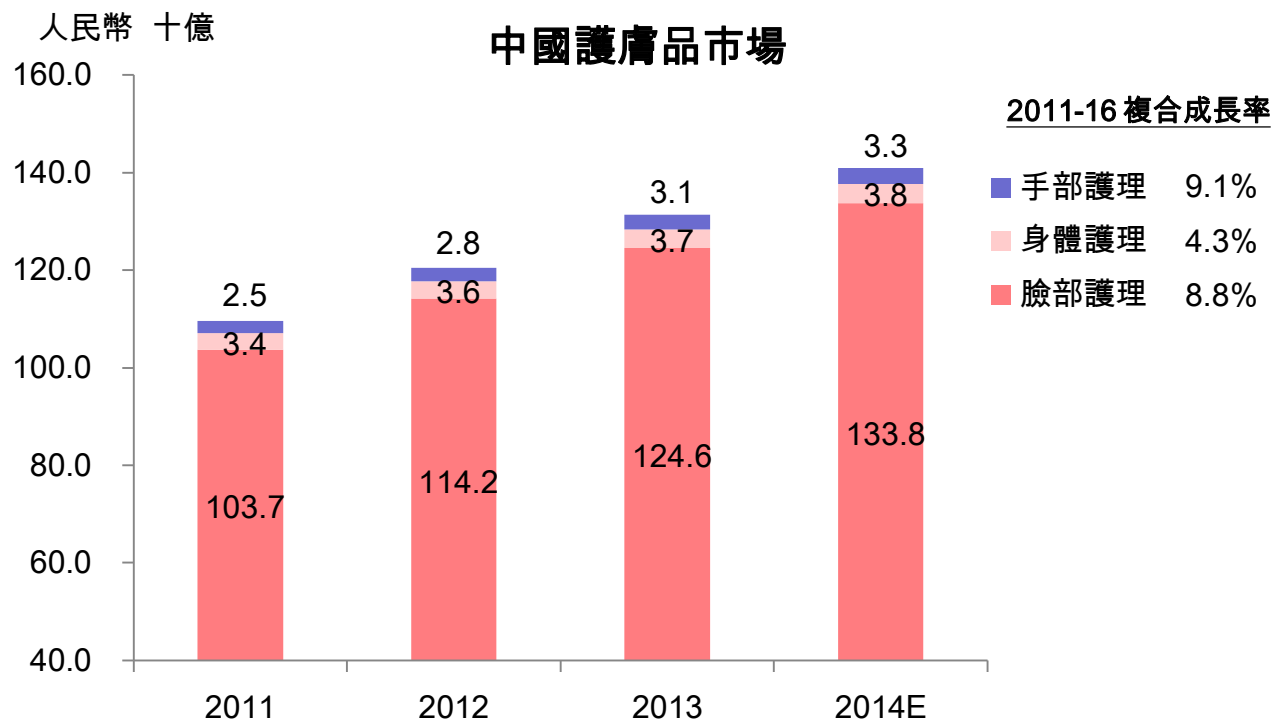
品牌



“這是機會之地，而我們正在收成。”

規模 – 中國護膚品市場

- 中國護膚品市場規模達人民幣一千三百億元，且平均每年以接近10%速度增長中。
- 臉部產品在護膚市場有超過90%份額，而“克麗緹娜”品牌正是該領域中的佼佼者，享有高度肯定。
- 消費者對脸部護膚品的主要訴求相當穩定，如保濕(45%)、抗老化(25%)、清潔(10%)等。



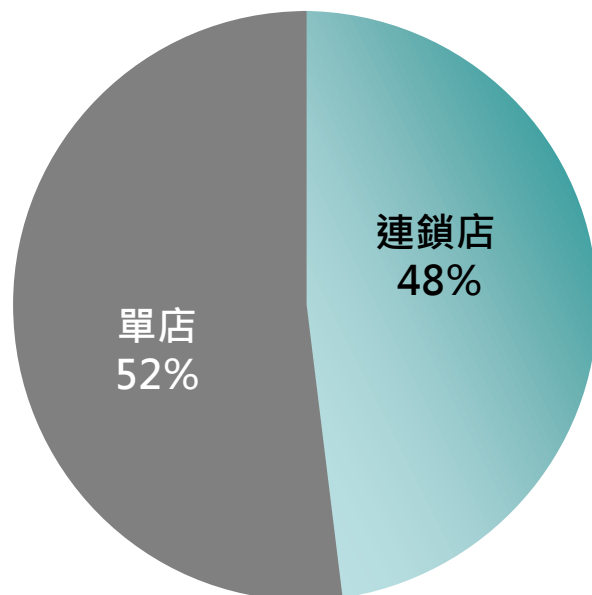
資料來源: Euromonitor (May 2014)

規模 – 美容行業市場結構

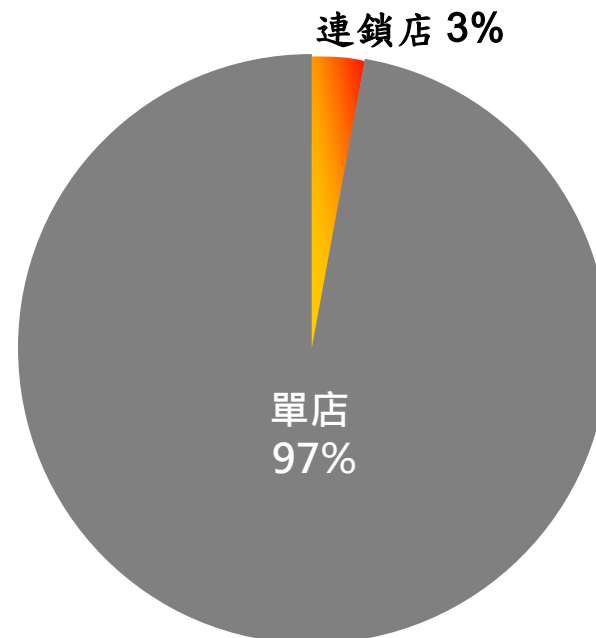
高度分散、亟待整合的美容行業

「個體經營型態為主，缺乏差異化的行業領導者」

歐美國家

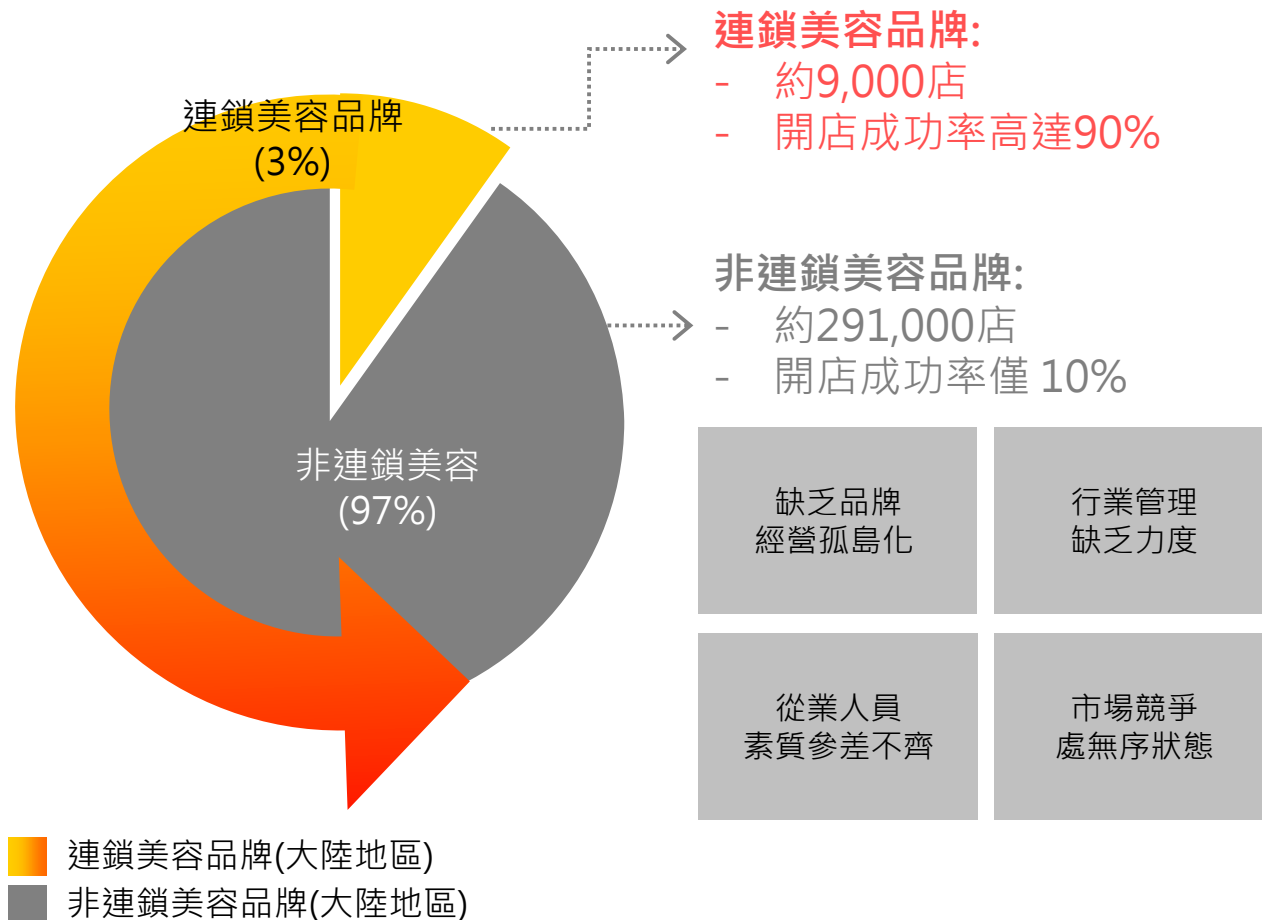


中國大陸



規模 –
連鎖美容品牌市
占率提升

連鎖美容品牌:高開店成功率、市場份額提升



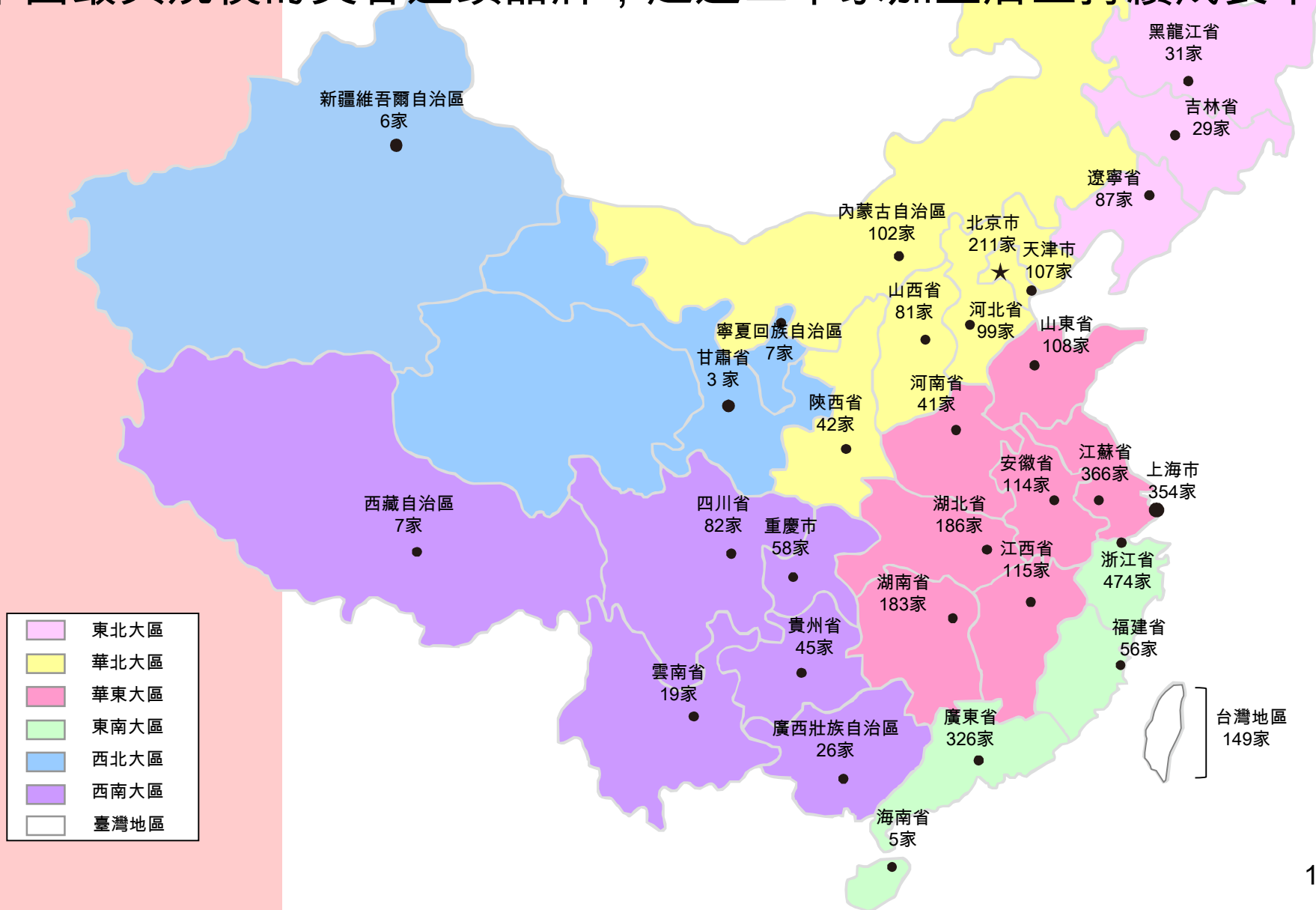
資料來源：

中國連鎖經營協會《美容休閒健康連鎖企業發展狀況調查報告》、

北京智研科信諮詢有限公司《2011-2015年中國美容連鎖行業營運態勢與投資前景預測報告》

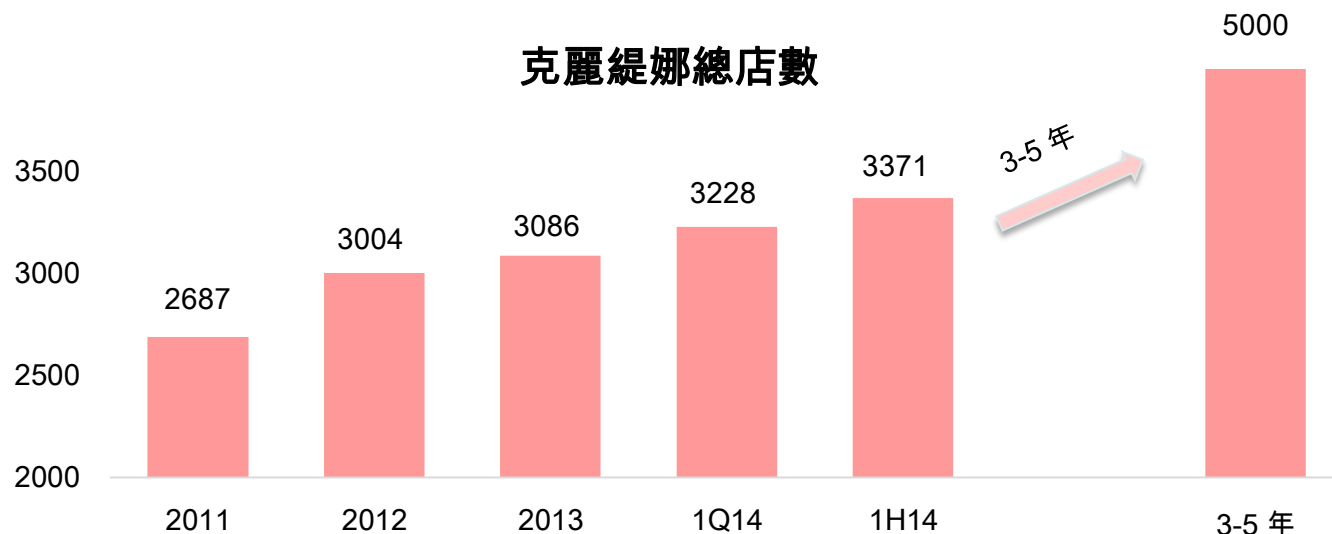
“克麗緹娜”

中國最具規模的美容連鎖品牌，超過三千家加盟店且持續成長中



深具潛力的二、三線市場

規模 –
持續滲透市場



城市覆蓋數	2010	2011	2012	2013	1H2014
總計	308	310	329	334	350

2014年H1	期末店數	%	業績 (K NT\$)	%
一線城市	892	26.46%	386,127	29.68%
二線城市	687	20.38%	246,004	18.91%
三線城市	510	15.13%	181,383	13.94%
四-五線城市	1282	38.03%	487,320	37.46%
加盟店銷售小計	3371	100%	1,300,835	100.00%
其他			132,220	
合計			1,433,055	

*其他收入包含：香港、臺灣收入、關係人收入、特許費收入等。

公司價值亮點

規模

通路

培訓

品牌



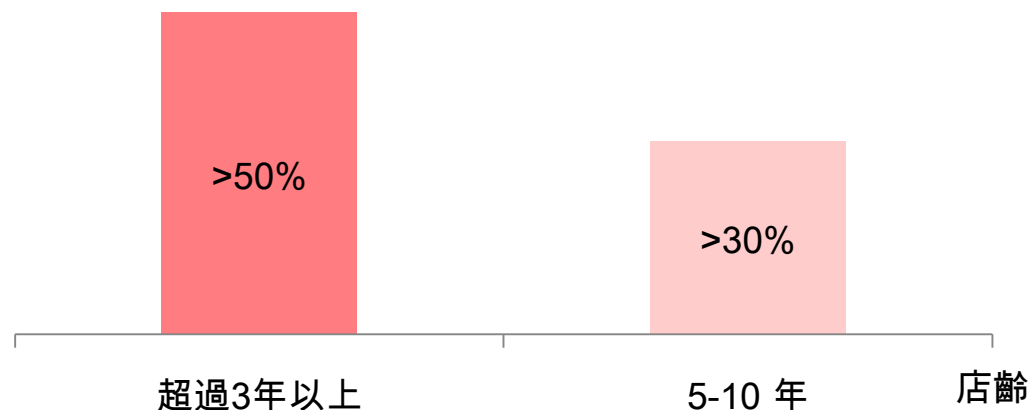
「這不是唯一選項，但卻是最有競爭的選擇」

通路 – 有效的管理

通路價值

- 以輕資產、加盟模式充分掌握中國美容行業的成長機遇
- 透過25個完善分公司
 - 確保公司經營策略有效落實至各大區與分店
 - 可潛在覆蓋接近中國70%人口
- 麗豐對加盟主與消費者同樣重視，我們致力發展永續的加盟模式
 - 以激發加盟主的創業動力
 - 增加加盟主與顧客的黏著度

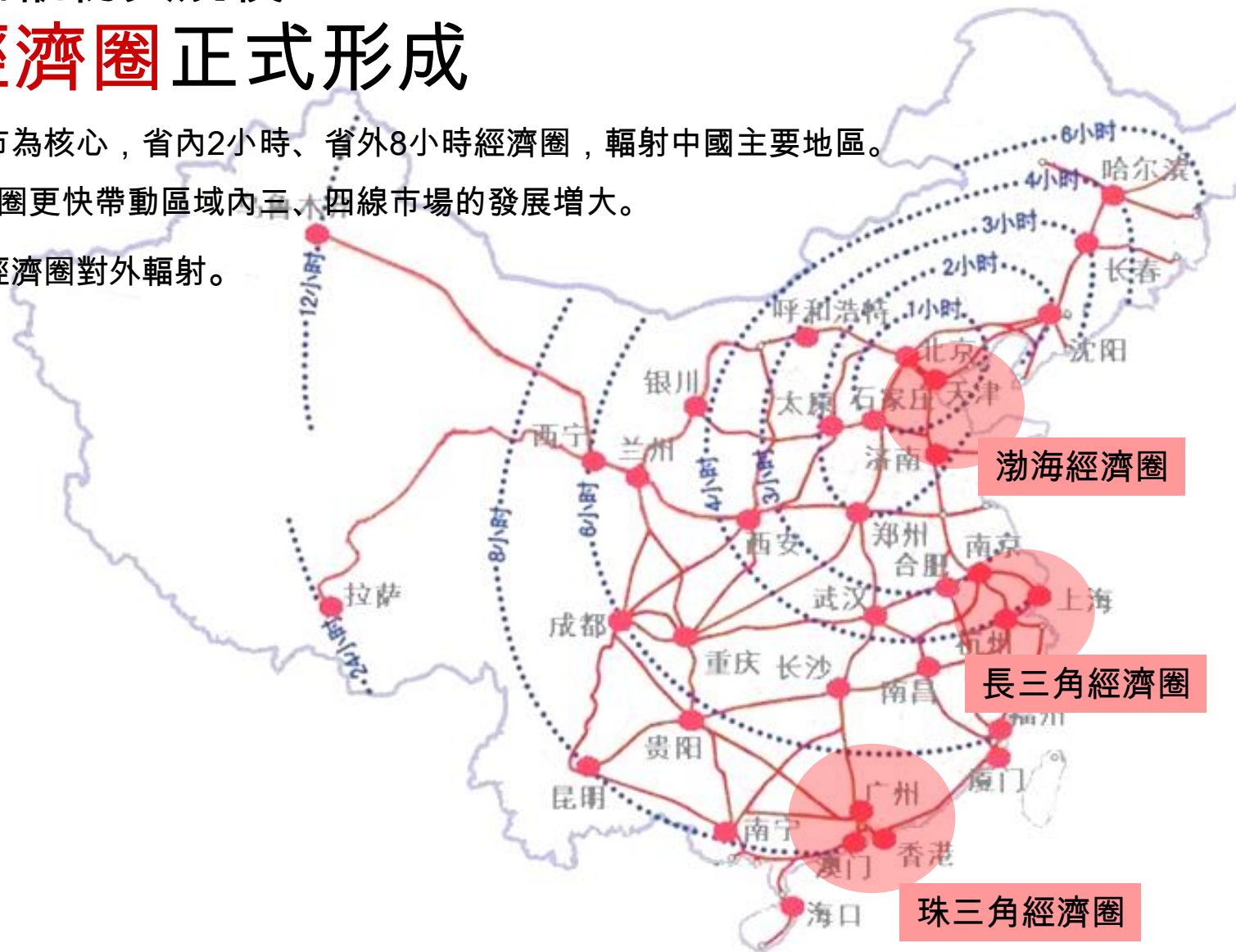
穩定的加盟通路



高鐵四橫四縱初具規模

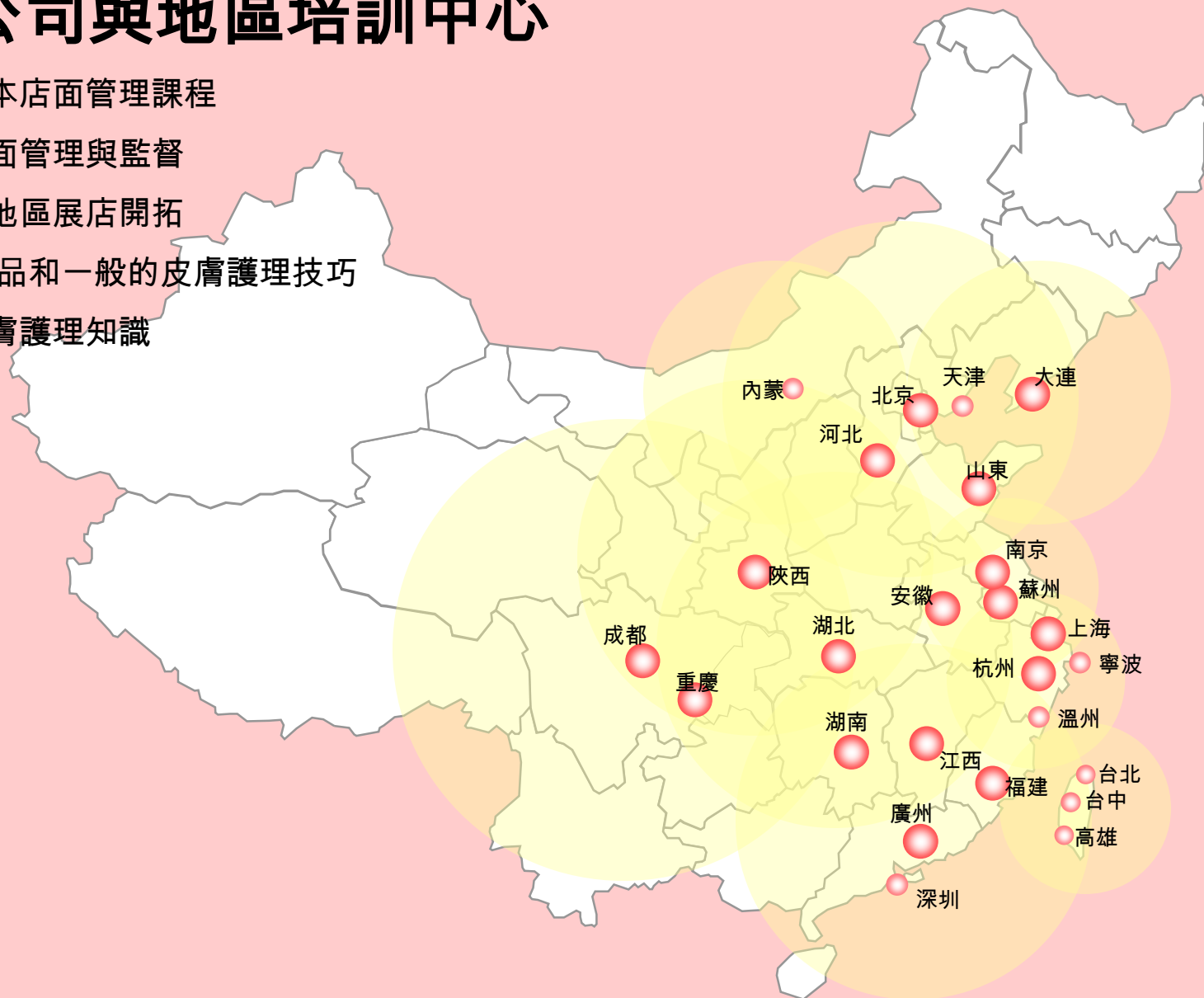
8小時經濟圈正式形成

1. 以省內中心城市為核心，省內2小時、省外8小時經濟圈，輻射中國主要地區。
2. 省內2小時經濟圈更快帶動區域內三、四線市場的發展增大。
3. 增強傳統三大經濟圈對外輻射。

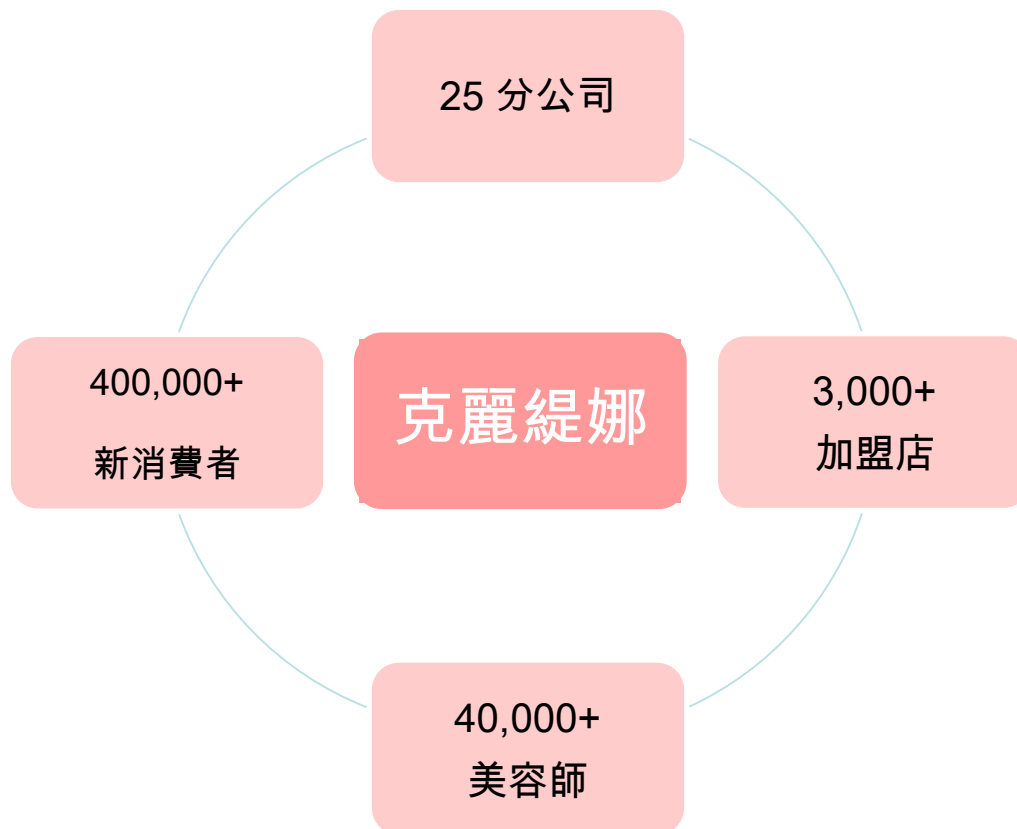


25間分公司與地區培訓中心

1. 新加盟的基本店面管理課程
2. 強化地區店面管理與監督
3. 業務發展暨地區展店開拓
4. 基本/高級產品和一般的皮膚護理技巧
5. 新產品和皮膚護理知識



非凡的通路潛力



門店優質實景

「以客為尊的精緻服務環境」



公司價值亮點

規模

通路

培訓

品牌



「完整職涯教育打造健全專業人才」

三階段美容精英與未來開店人才培訓



培訓

培訓 – 加盟店表現的強力後盾

- 以高品質的師資陣容，可同時提供高達兩千名美容師接受專業訓練
- 超過90%的現任美容師均已接受克麗緹娜的正規訓練
- 確保加盟店服務品質、並即時更新專業護膚新知、促進加盟店營運與績效上的卓越表現



公司價值亮點

規模

通路

培訓

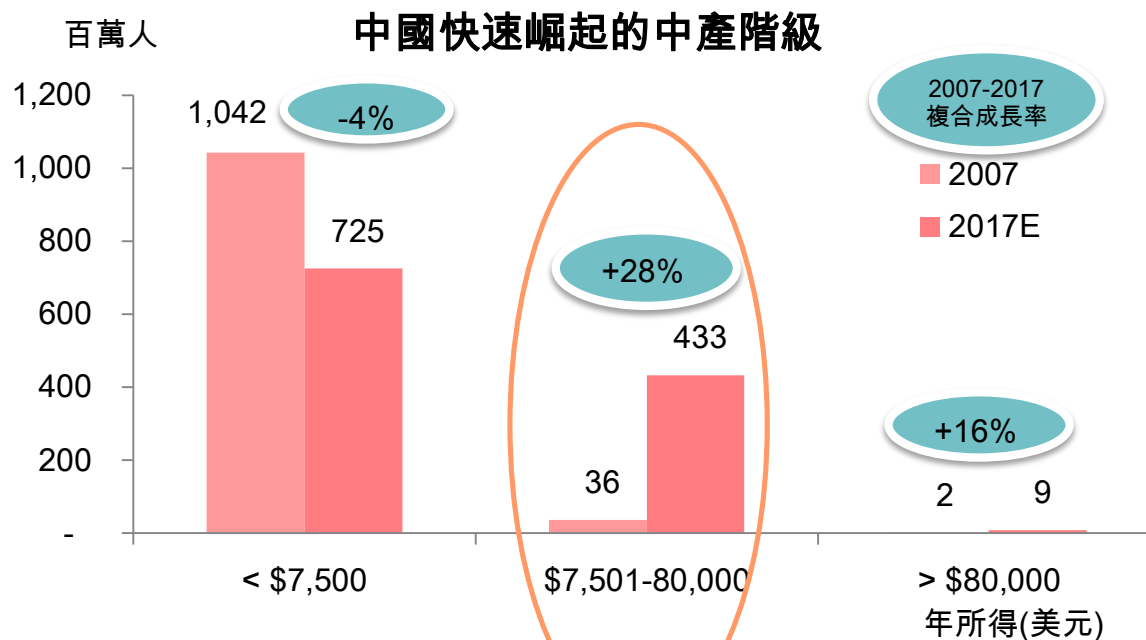
品牌



品牌 – 精準定位

克麗緹娜受益於精準的品牌定位

- 克麗緹娜鎖定中國正迅速興起的中產階級消費者，品牌定位為“負擔的起的奢侈品”
- 致力發展護膚美容市場中成長較快的中高端護膚與美容產品



* 資料來源: Euromonitor (May 2012)

品牌 -
全方位商品與服務

明星產品系列

「超過145種的專業護膚產品！」



克丽缇娜 时空瞬驻组合
缔造时光逆转之“不老”神话

CHLITINA
克丽缇娜



水韵活泉
恒·润呈献

CHLITINA
克丽缇娜



中國馳名商標

最高級「模範企業」的品牌肯定！



- ➔ 「CHLITINA」、「克麗緹娜」雙品牌認證殊榮
- ➔ 「中國馳名商標」是國家工商總局認定的最高級企業商標。
- ➔ 目前全大陸地區僅14家台資企業有此品牌認證。
- ➔ 代表「品牌知名度」、「美譽度」、「客戶服務」深受國家與消費者普辦認可。

未來成長動力 – 策略方向

規模

- 持續拓展加盟通路
- 未來3-5年內新增40萬消費者

通路

- 提升通路管理基礎建設
- 進一步滲透目標市場
- 人網合一的立體行銷計劃(O2O)

培訓

- 強化行銷與展店能力
- 引入最新產品與護膚趨勢

品牌

- 產品研發創新
- 行銷深化品牌認知

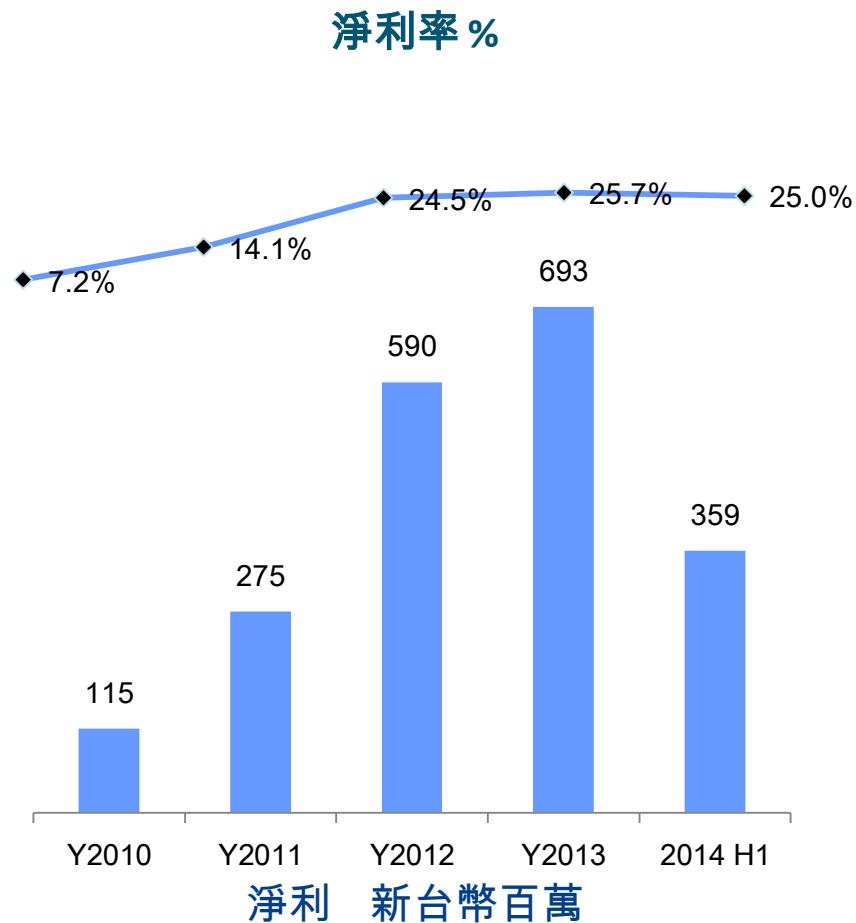
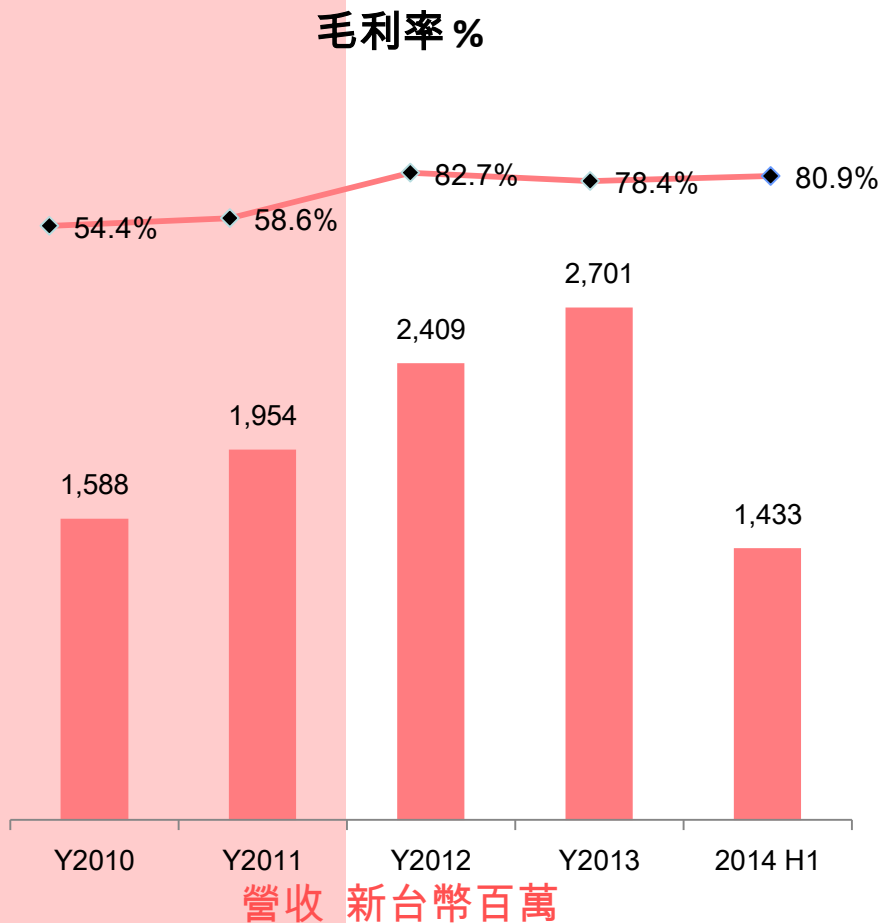


傑出財務表現

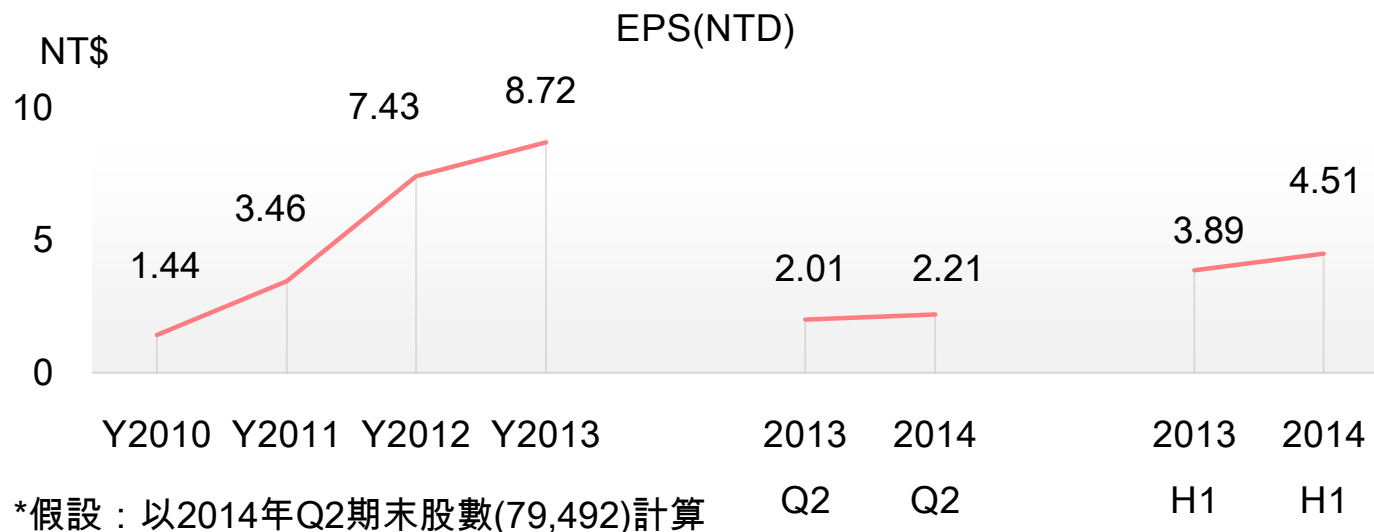
穩定成長與獲利提升

毛利率 %

淨利率 %



麗豐股份2010-2013年EPS



	Y2010	Y2011	Y2012	Y2013	2013 Q2	2014 Q2	2013 H1	2014 H1
稅後淨利潤 (K NT\$)	114,603	275,415	590,385	693,228	159,868	176,055	308,886	358,755
期末股數	79,492	79,492	79,492	79,492	79,492	79,492	79,492	79,492
基本EPS(NTD)	1.72	4.12	8.84	10.25	2.28	2.21	4.4	4.51
期末股數 EPS(NTD)	1.44	3.46	7.43	8.72	2.01	2.21	3.89	4.51

➡ 2013年股利分配：每股分配新台幣7元，其中每股分配現金股利6.5元，每股分配股票股利0.5元。

損益表

新台幣 百萬	2010	2011	2012	2013	2Q14	YOY (%)			
						2011	2012	2013	2Q14
營業收入	1,588	1,954	2,409	2,701	712	23.0	23.3	12.2	17.8%
營業毛利	864	1,146	1,992	2,118	569	32.6	73.9	6.3	12.5%
營業淨利	177	388	791	811	183	119.0	104.0	2.6	(16.3%)
稅前淨利	177	394	805	867	237	122.1	104.3	7.7	5.5%
稅後淨利	115	275	590	693	176	140.3	114.4	17.4	10.1%
基本每股純益 (新台幣 元)	1.72	4.12	8.84	10.25	2.21	139.5	114.6	16.0	10.1%
毛利率	54.4%	58.6%	82.7%	78.4%	79.9%				
營業利益率	11.1%	19.8%	32.8%	30.0%	25.7%				
淨利率	7.2%	14.1%	24.5%	25.7%	24.7%				

資產負債表

新台幣 百萬	2010	2011	2012	2013	2Q14	YOY (%)			
						2011	2012	2013	2Q14
資產總額	812	1,494	1,952	4,338	4,485	83.8	30.7	122.2	3.4%
現金與約當現金	380	553	849	2,646	2,679	45.5	53.6	211.7	1.3%
應收及其他應收	79	69	44	35	25	(12.0)	(37.1)	(19.1)	(29.2%)
存貨	233	256	198	235	234	10.0	(22.6)	18.3	(0.2%)
固定資產	58	444	487	1,109	1,143	668.8	9.8	127.7	3.1%
負債總額	648	1,046	960	1,372	1,697	61.4	(8.3)	42.9	23.7%
銀行借款	67	206	154	423	337	208.9	(25.0)	174.1	(20.4%)
應付與其他應付款	379	574	466	618	1,105	51.4	(18.7)	32.4	78.9%
股東權益總額	164	447	992	2,966	2,789	172.3	121.9	198.9	(6.0%)
ROA	15.2%	23.9%	34.3%	22.0%	16.3%				
ROE	98.1%	90.1%	82.0%	35.0%	23.7%				
Net cash*	320	450	967	2,397	2,581				

*淨現金=現金及約當現金+銀行定存+其他流動金融資產(貨幣型基金、國債相關) - 銀行借款

CHLITINA

Q&A