



一、公告 1 月营收：通路别明细汇总表

1. 新台币表达		2025 年 1 月 (NT\$百万)	月增率%	年增率%
合并营收		174.4	-50%	-53%
通路-美容连锁加盟店(大陆)		140.0	-53%	-58%
通路-美容连锁加盟店(台越等)		13.0	-11%	-19%
通路-电商		5.5	-76%	-29%
通路-医美		15.9	20%	0%
新台币兑人民币 1 月平均汇率		4.4862	----	----
2. 人民币表达		2025 年 1 月 (RMB 百万)	月增率%	年增率%
合并营收		38.9	-50%	-54%
通路-美容连锁加盟店(大陆)		31.2	-53%	-59%
通路-美容连锁加盟店(台越等)		2.9	-12%	-22%
通路-电商		1.2	-77%	-31%
通路-医美		3.6	20%	-3%
3. 主营通路 加盟店家数	2025 年 1 月	当月 净增加	全年累计 净增加	较去年同期 店数增加%
总和	4561	-26	-26	-5%
大陆	4316	-26	-26	-6%
台湾	226	0	0	2%
东南亚	19	0	0	-10%



二、本月重大记事及新闻稿摘要

1.法说会：暂订于 3 月上旬。

2.重大会议：暂订 2 月底召开例行董事会提报 2024 年度财报及其他重要议案。

3.其他：本公司拟修改公司章程增加配发股利之作业弹性，本案已于 2024 年底提报董事会核决，待 2025 年股东常会通过生效后生效，未来可视公司营运得以季度来进行股利发放之规划。

4.新闻稿摘要(中文):

丽丰-KY 1 月营收受农历春节长假所影响 现正逐步恢复正常

丽丰集团持续深化通路营运与品牌底蕴，期待金蛇年营运维稳回升

2025 年 2 月 10 日，台北

丽丰股份有限公司（以下简称“丽丰-KY”，股票代码：4137）于今日公布 2025 年 1 月合并营收 1.74 亿元，主要受到农历春节假期影响，自 1 月中旬在「克丽缇娜」加盟店内陆续已有美容师开始返乡休假，导致实际工作天数减少，且与去年同期相较又有假期时间的差异，因此 1 月营收较去年同期减少 52.9%。然从丽丰主营通路「克丽缇娜美容连锁加盟店」的实际营运来看，消费者对于线下实体店的美容美体服务、舒缓放松等项目仍保有一定的需求，丽丰集团今年即以「专注核心业务」为主轴，目前公司可运用的资金充足，且以美元计价的银行借款在去年第三季即已降至最低水位，故在外部景气正处于放缓的情况下，可为公司保有坚强的营运底气及后盾。丽丰-KY 表示今年将持续深化「克丽缇娜」的竞争力、品牌力，并透过积极优化企业架构及严格控管成本，以实现获利的稳定与成长。

根据中国内地的科技零售公司-美团最新统计数据显示，2024 年在该平台的美容用户规模较 2023 年是增长的，在整个中国美容产业来看，美团合作的门市净增加超过 12 万家，用户年均消费次数有所提升、闭店率亦有降低的趋势，且在相关数据显示，闭店率减少是因为部分正透过加盟或重塑品牌进行升级所致，可见中国的美容产业链升级与连锁化发展将是未来能否在市场上占有一席之地之关键原因。又观察市场信息指出，从美发、美容到美甲、美睫及轻医美等「六大美业」，二、三级市场的消费潜力正在释放，有望能带动整体市场实现多元化与高频次消费模式，虽然目前中国大陆的经济及消费仍有外在许多不确定的因素而处于低迷，但身为华人美业龙头的丽丰集团只要维稳经营，并持续落实数字化转型、接轨在线线下的营运资源，即可保持品牌高度及吸引力，静待景气回温与复苏商机。



公司简介

- ◆ **所属产业:** 美容保养品，通路：美容连锁加盟店、自营医美诊所、自营电商
- ◆ **目前市场定位:** 中高阶美容沙龙—连锁加盟业的产业龙头及同时发展相关附属通路及产品等。
- ◆ **主要区域市场:** 亚洲华人地区
- ◆ **营运模型:** 公司研发、制造、营销及贩卖自有品牌『克丽缇娜』之美容保养品，藉由美容连锁加盟店之通路销售，近年来持续致力多角化发展，包括：『雅朴丽德及伦新』医美诊所『晶禾及禾登』全科诊所、『CHLITINA HOME SPA』全通路零售、『RnD』美甲美睫等通路等。
- ◆ **品牌背景:** 1989 年陈武刚博士研发并把胺基酸使用于美容保养产品，创造『克丽缇娜』。1997 年，陈碧华董事长进军大陆市场，在陈董事长的带领下，借着高质量的产品及有效的经营模式，使克丽缇娜迈入了快速成长的轨道。
- ◆ **发展远景:** 丽丰旗下除了经营美容产业全通路销售外，近年来亦积极与学界、医界共同合作开发干细胞、抗衰老、再生医学等研发项目，亦积极进行策略性投资于生技产业，期望培育集团新血，成就另一支营运生力军。