

光麗生技控股股份有限公司
(原名:光麗光電科技股份有限公司)

2022年法人說明會

免責聲明

- 光麗生技控股股份有限公司(原名:光麗光電科技股份有限公司)對於現狀期待與預測的陳述是前瞻性的陳述，實際的結果可能因為已知或未知之風險、不確定性及其他之因素，而與前瞻性陳述所包含或暗示的內容有明顯出入。這些前瞻性陳述不是光麗生技控股對未來履行的保證，因此您不應依賴此前瞻性陳述。除非法律有所要求，否則光麗生技控股不負責更新、更正任何前瞻性陳述，不論日後有發生新資訊、事件等。

議程

- 股權結構
- 集團事業結構
- 大陸事業體

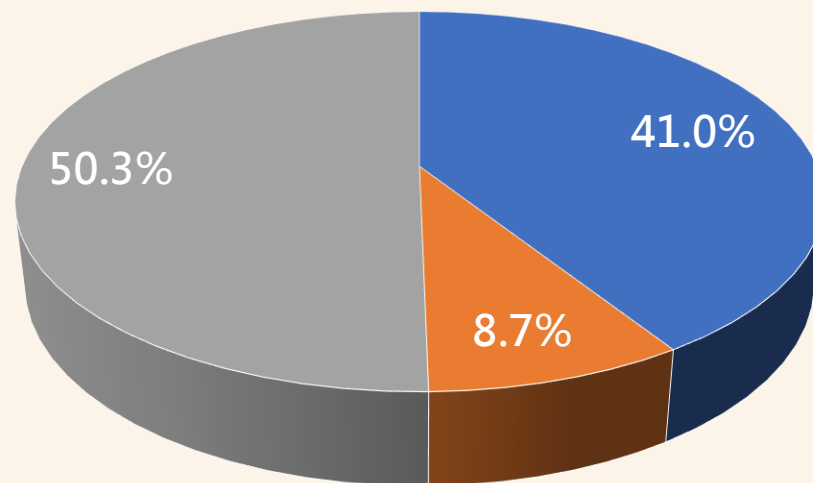
- 財務資訊
- 台灣新事業體
- Q&A



光麗集團股權結構

光麗集團主要持股架構

光麗集團主要特股架構



■ 董事持股

■ 境外法人持股

■ 其他

註：總股數68,568,835股(含特別股)



光麗集團事業結構

光麗集團事業架構





大陸事業體

— 整體產業趨勢

2015-2023年中國護膚品行業市場規模情況

(單位:人民幣億元)

2015-2023年中国护肤品行业市场规模分析



2015-2023年中国护肤品行业市场规模及预测

Scale and Forecast of China's Skincare Products Industry from 2015 to 2023



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.com)

注: 年份+E表示未来预测

艾媒报告中心: report.iimedia.cn ©2022 iiMedia Research Inc

資料來源: 艾媒數據中心

中國化妝品行業發展趨勢

線上化趨勢明顯

- ✓ 電商銷售增長,其中抖音及小紅書平台為新陣地。
- ✓ 品牌商布局線上銷售更全方位與精緻化。

男性消費升級

- ✓ 男性消費者對護膚品及化妝品的購買意願及價格接受度不斷提高。
- ✓ “科技護膚” “智慧美妝” 趨勢加深，技術驅動型企業前景較好。

行業逐漸高品質發展

- ✓ 化妝品行業的監管力度加大，使具有實力的化妝品企業得到進一步的提升。
- ✓ 助推化妝品行業的高品質發展，將促使企業進一步加大研發投入力度。

國產品牌崛起

- ✓ 消費趨於理性，更注重產品成分與功效。
- ✓ 追求性價比與國潮熱等因素消費概念興起，相對大牌之國潮品牌受歡迎。





大陸事業體 - 策略發展

大陸事業體-策略發展

建設新廠房

- ✓ 目前預計新廠房2022年底完成相關證照取得，規劃2023年投產。

新客戶的開發

- ✓ 2022年新客戶開發包括范美麗、瑞乘、科緹及慶恩等新客戶。

培養新銳品牌

- ✓ 大陸目前化妝品市場國貨品牌興起，其中又以新銳品牌為主，包括完美日記、花西子及PMPM等品牌。

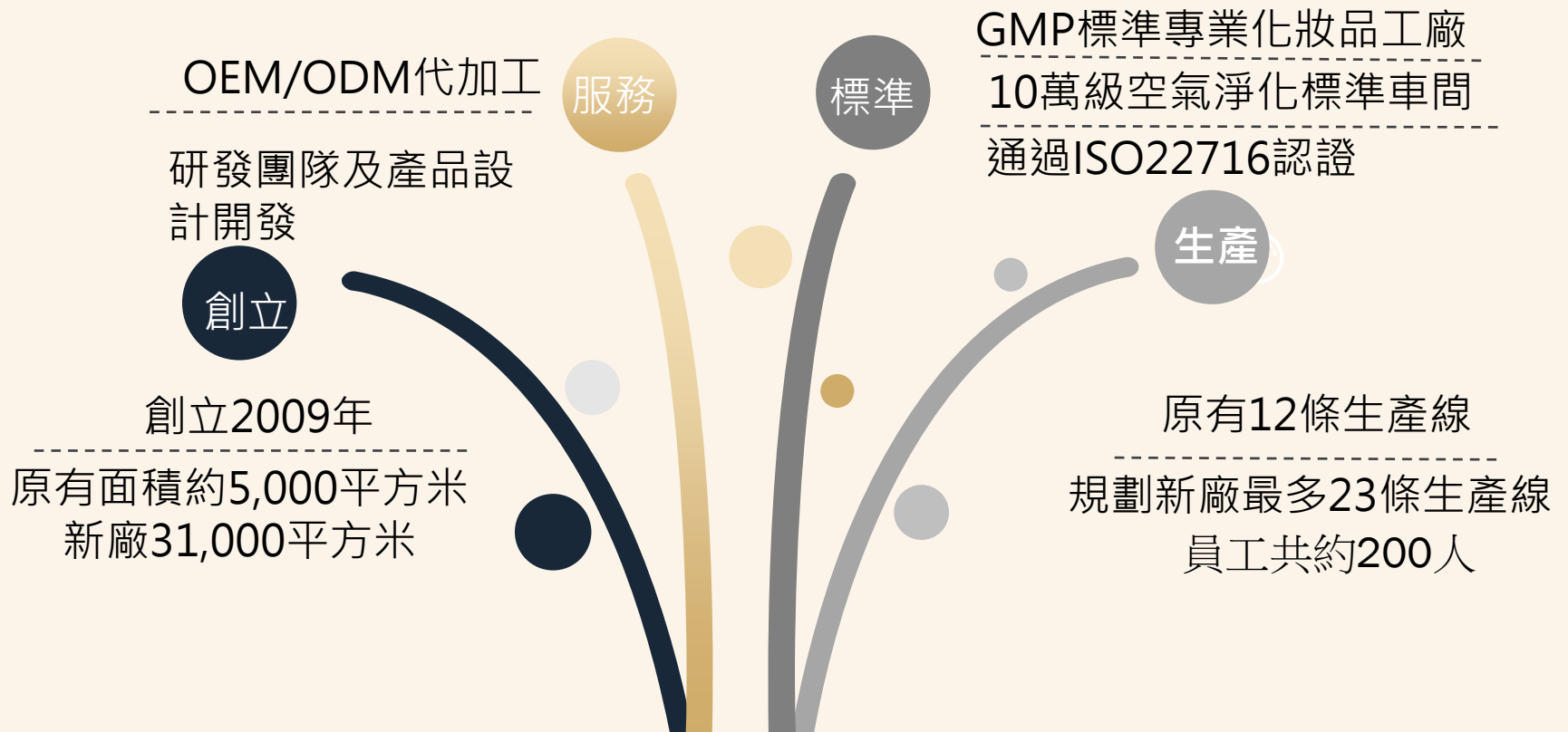


大陸事業體

- 公司簡介

上海儀玳 公司簡介

地點:上海市松江區葉榭鎮葉新公路1228號1號廠及2255弄1號



工廠介紹



新廠介紹



大型乳化攪拌鍋

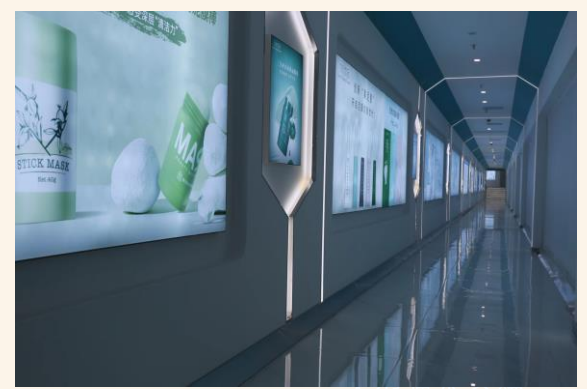


面膜自動灌包裝機



自動灌裝機

新廠-研發中心設立



人生聽小系列



新廠產能-月產能

原有產能

面膜

• 400萬片

水乳面霜

• 100萬盒

固體面膜

• 40萬盒

安瓶類

預計規劃產能

• 800萬-1,000萬片

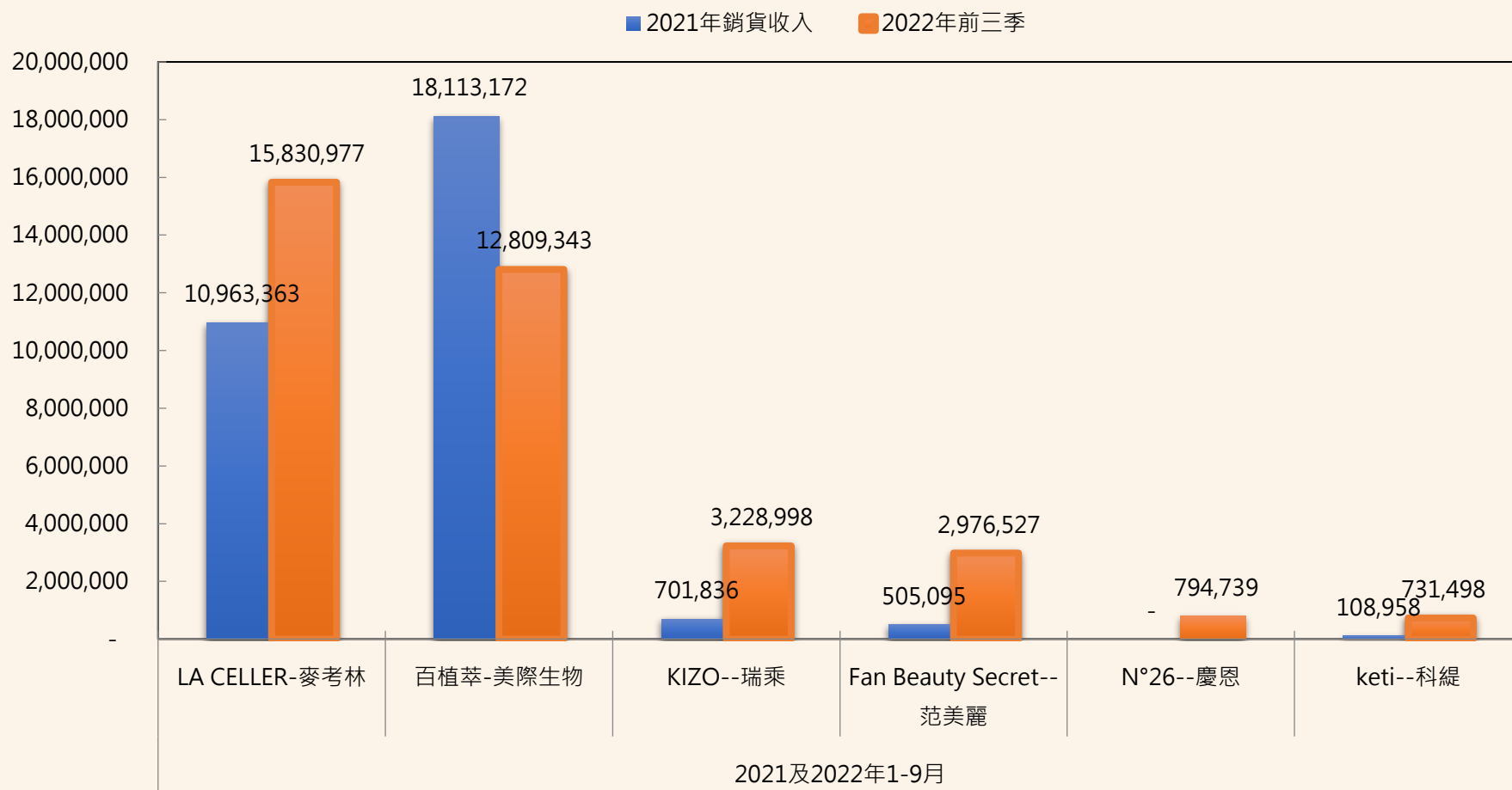
• 200萬-300萬盒

• 80萬-100萬盒

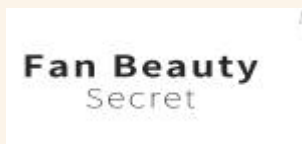
• 100萬-200萬盒


2021年及2022年1-9月重要客戶營收金額

單位:人民幣元



主要客戶品牌

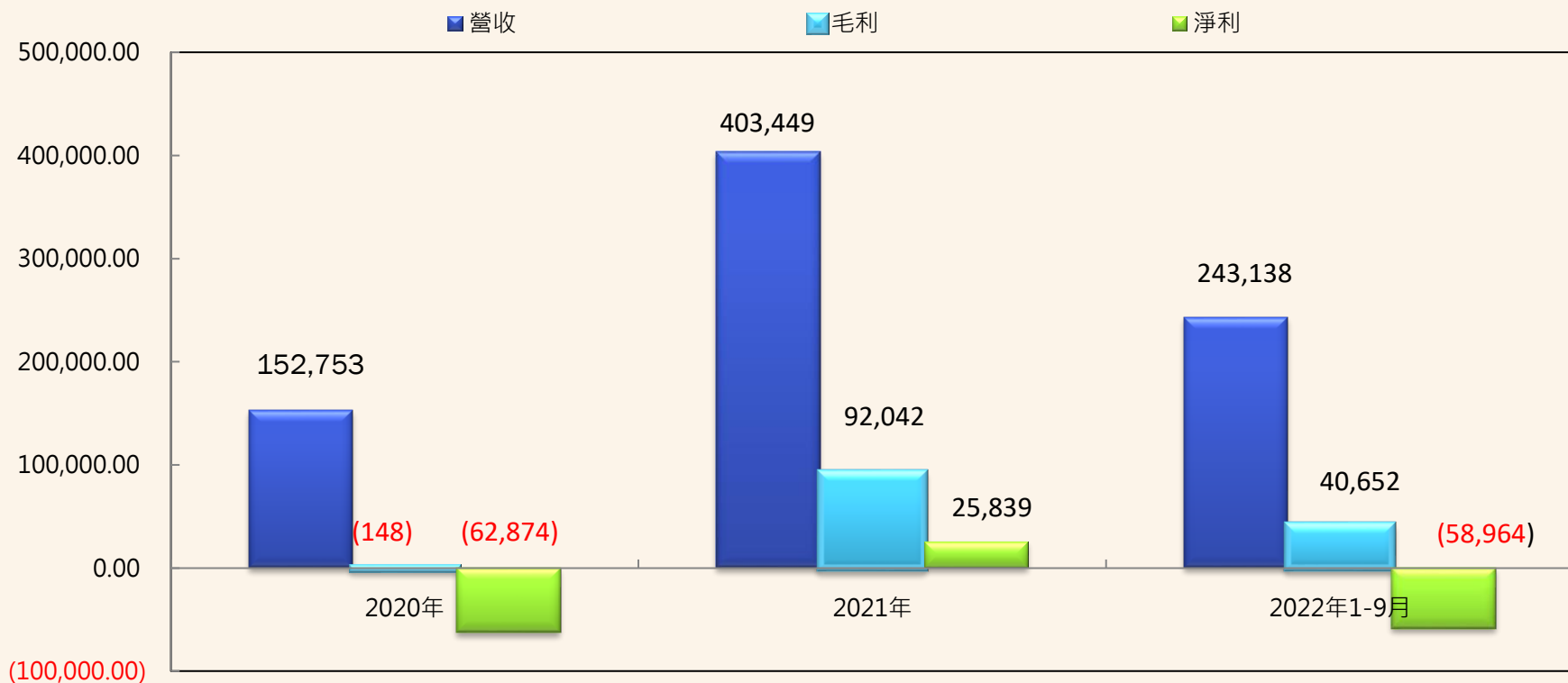




2022年前三季度財務結果 (集團合併說明)

集團合併營收 & 毛利與淨利圖表

光麗集團2020年-2022年1-9月合併營收、毛利與淨利(損)圖表



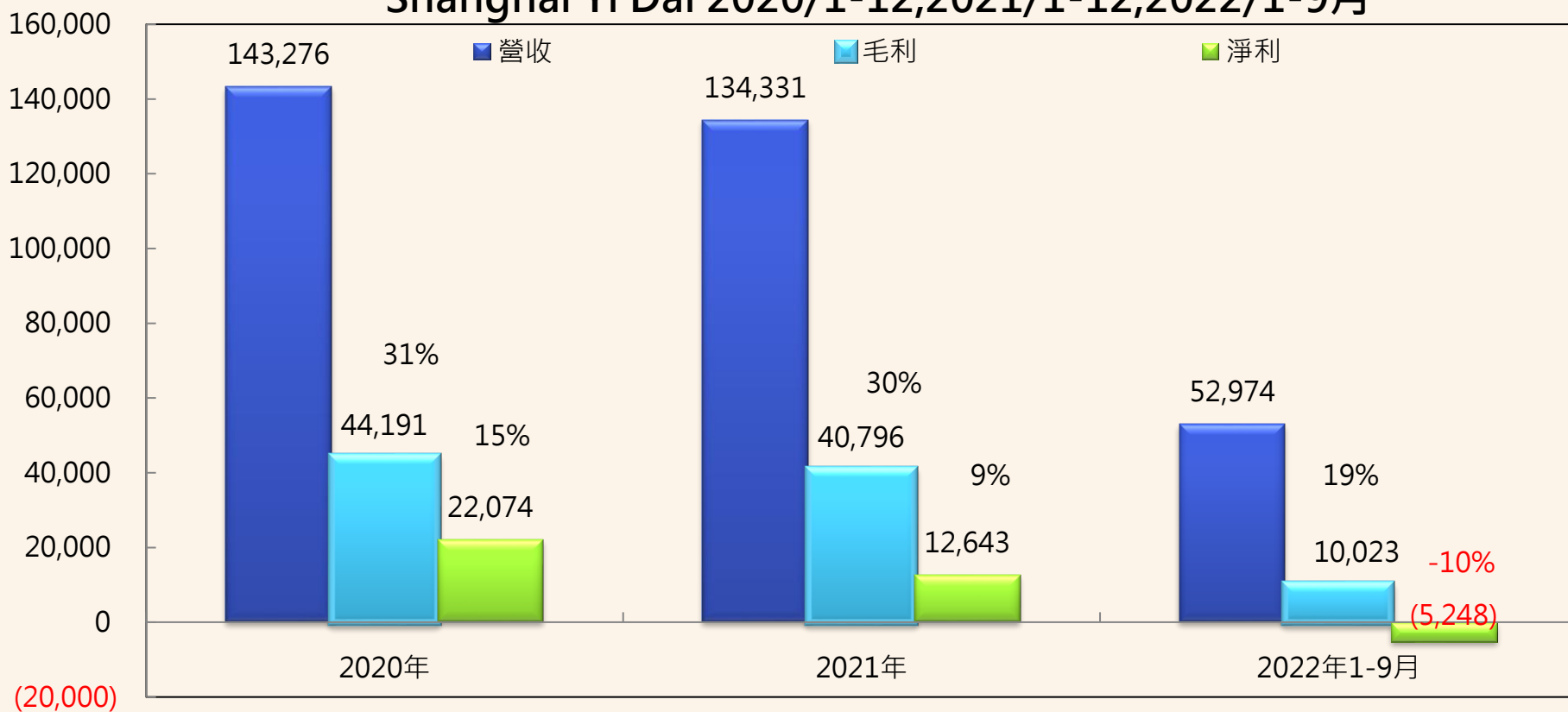
註1：目前報表科目係還原停業單位損益表達。

註2：光麗集團自2021/6累積取得ACIM51%股權，故將ACIM集團營收及財務報表自2021/6起，納入合併編製，2022/1取得剩下49%累積取得ACIM100%股權。

上海儀玳營收 & 毛利與淨利圖表

單位:人民幣仟元

Shanghai Yi Dai 2020/1-12, 2021/1-12, 2022/1-9月



重要財務比率

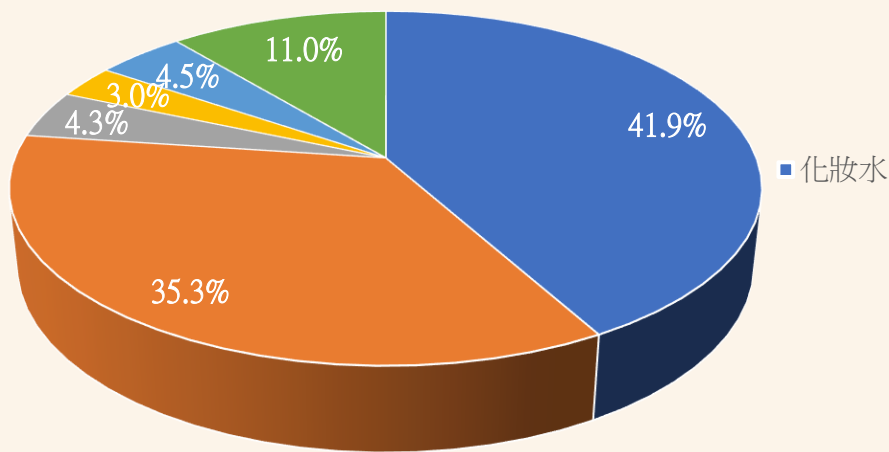
新台幣仟元	2020.12.31	2021.12.31	2022.09.30
流動比	319.31%	159.40%	149.48%
負債比	16.98%	40.56%	38.46%
負債權益比	20.45%	68.24%	62.49%
每股淨值	6.79	9.42	10.12
每股盈餘	(1.38)	0.51	(1.05)

註:

截至2022年9月30日，本公司業主權益為新台幣693,641仟元；普通股為57,239仟股；特別股為11,330仟股；每股淨值為新台幣10.12元。

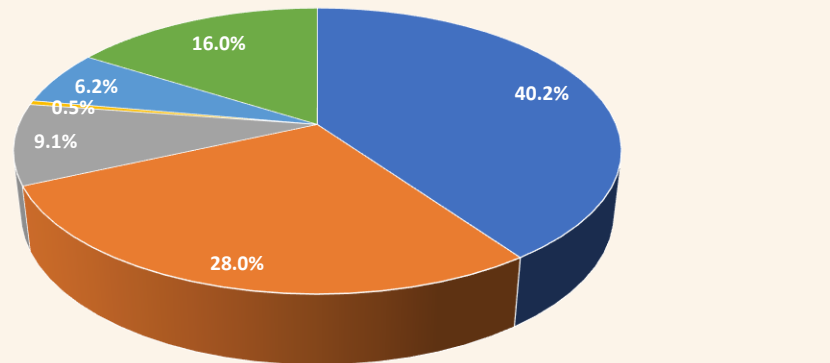
上海儀玳-近三年度營收組合佔比

2022年1~9月營收組合 佔比



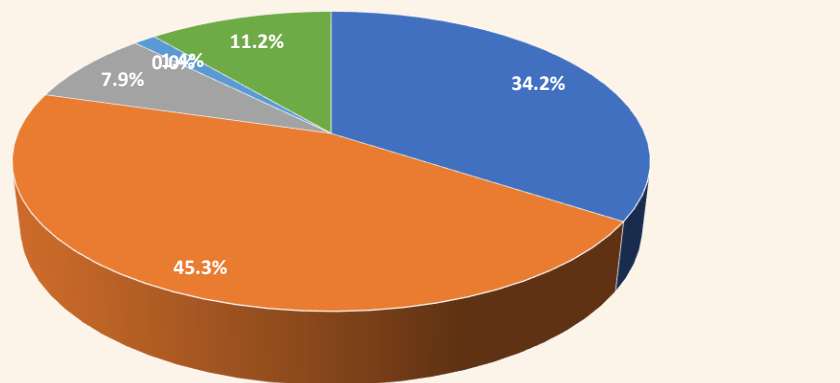
■ 化妝水 ■ 面膜 ■ 潤膚膏霜 ■ 洗護髮 ■ 混合類 ■ 其他

2021年度1~12月營收組合 佔比



■ 化妝水 ■ 面膜 ■ 潤膚膏霜 ■ 洗護髮 ■ 混合類 ■ 其他

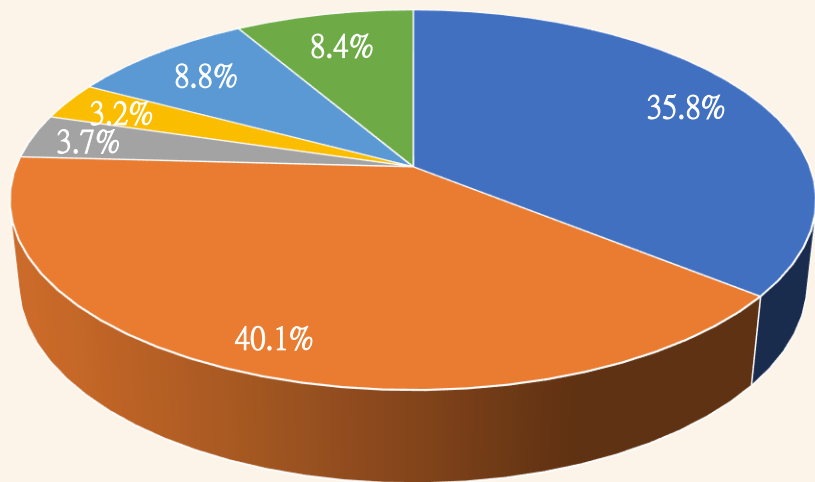
2020年1~12月營收組合 佔比



■ 化妝水 ■ 面膜 ■ 潤膚膏霜 ■ 洗護髮 ■ 混合類 ■ 其他

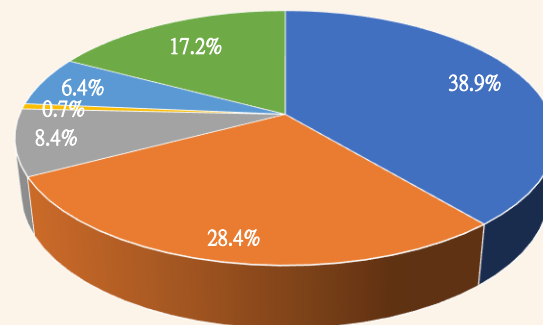
上海儀玳-近三年度毛利貢獻佔比

2022年1~9月產品別毛利貢獻率 佔比



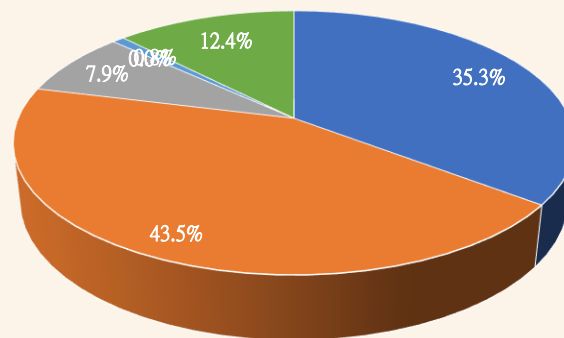
■ 化妝水 ■ 面膜 ■ 潤膚膏霜 ■ 洗護髮 ■ 混合類 ■ 其他

2021年度1~12月產品別毛利貢獻率 佔比



■ 化妝水 ■ 面膜 ■ 潤膚膏霜 ■ 洗護髮 ■ 混合類 ■ 其他

2020年1~12月產品別毛利貢獻率 佔比



■ 化妝水 ■ 面膜 ■ 潤膚膏霜 ■ 洗護髮 ■ 混合類 ■ 其他



台灣新事業體介紹

醫學三個演進



草藥

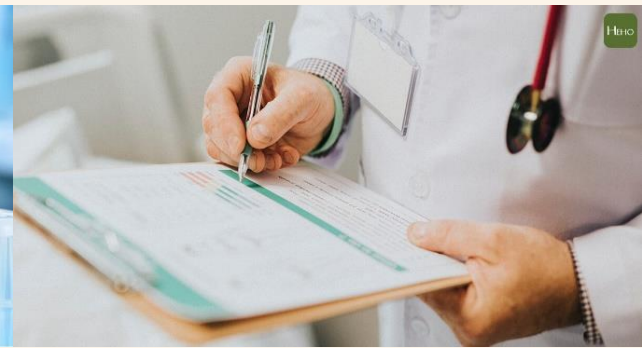


西藥



幹細胞/免疫細胞治療

- 現今健檢意識抬頭，部分原因是「**預防醫學**」的興起，提倡「**健康管理**」。
- 而在疫情（COVID-19）後更是活絡保健品等市場！
- 新興市場：**抗衰老 保健品 長新冠**



疫情前保健品市場規模

全球處方藥品市場規模



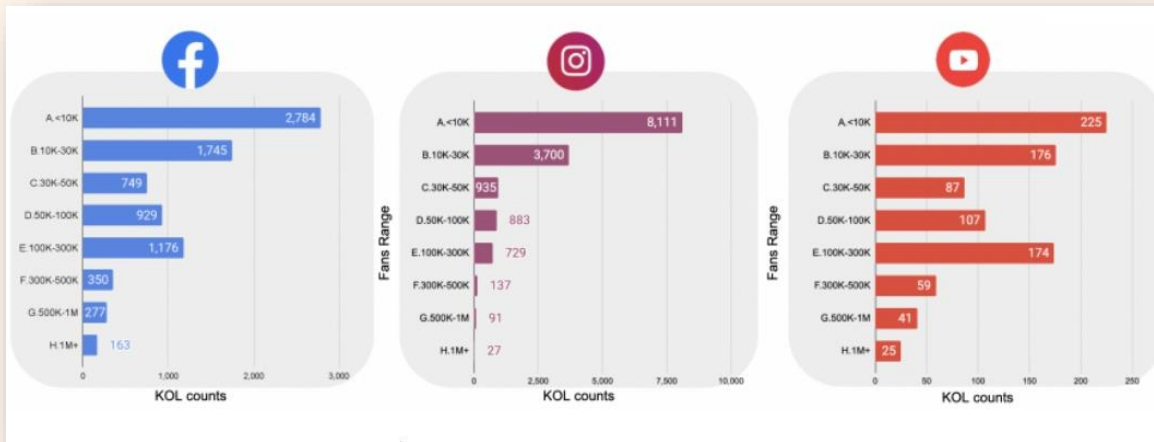
全球醫藥市場分析預估，全球藥品市場從2016年開始，會以4.8%的複合經濟成長率穩定成長，並在2020年接近1兆美元的年銷售額規模。

保健食品產業不受景氣低迷的逆勢影響，過去20年間，保健食品產業在臺灣生根壯大。

從2016年開始，市場值更是突破千億台幣，不論是電視購物頻道、便利商店、藥妝店、傳銷、直銷，電商線上等銷售通路，都能看到琳瑯滿目的保健食品。

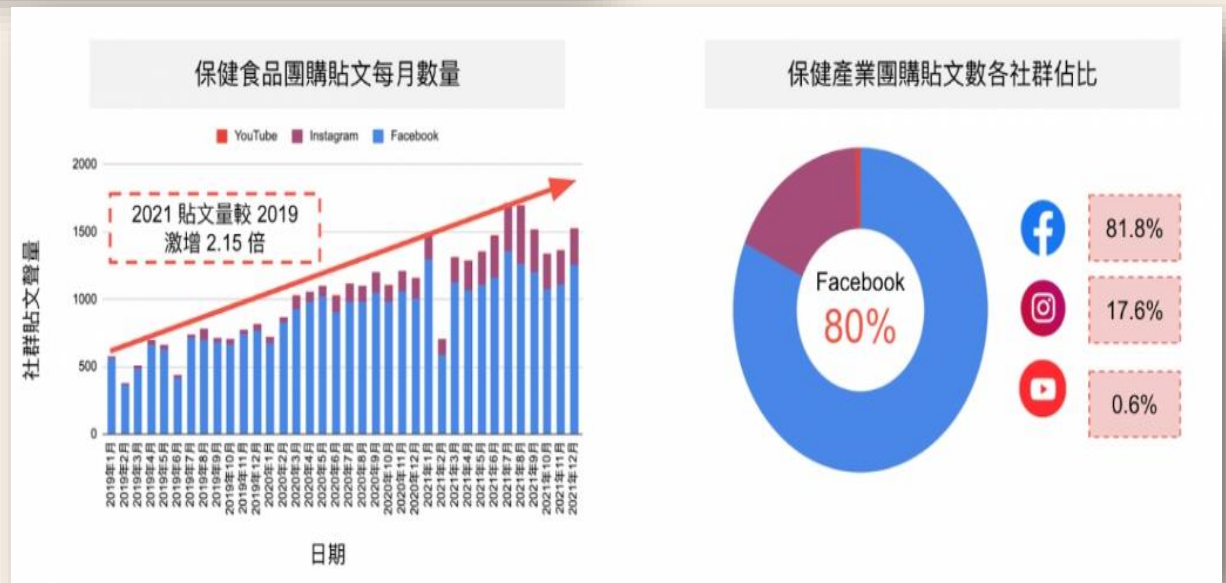
為各家公司創造佳績，保健食品逐漸成為台灣及國際間深具發展潛力的產業。

保健品的實體通路除了藉由藥局之外，與醫療機構配合販售更能確保與消費者的黏著度及提高購買意願。



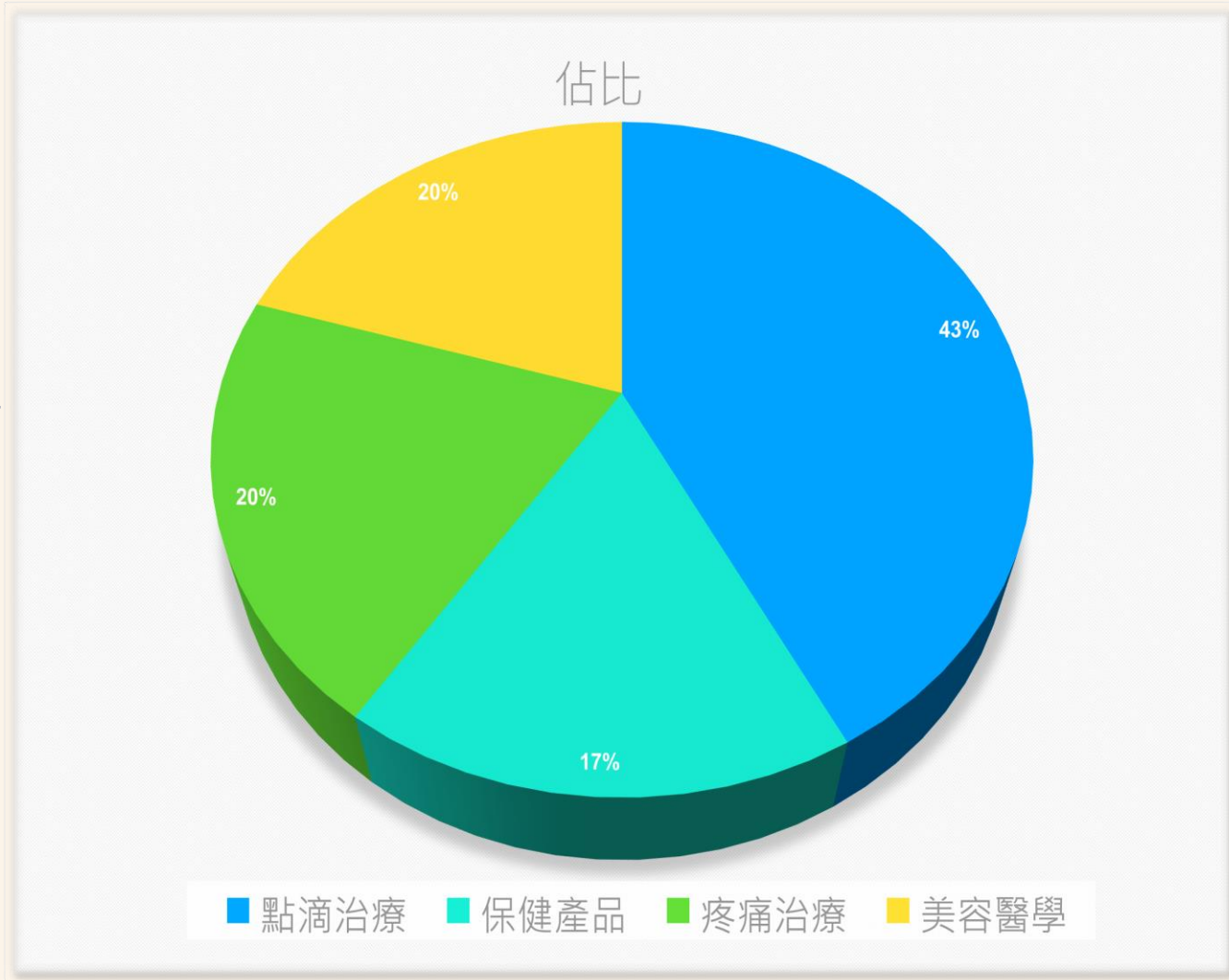
三大社群平台保健品類人數洞察

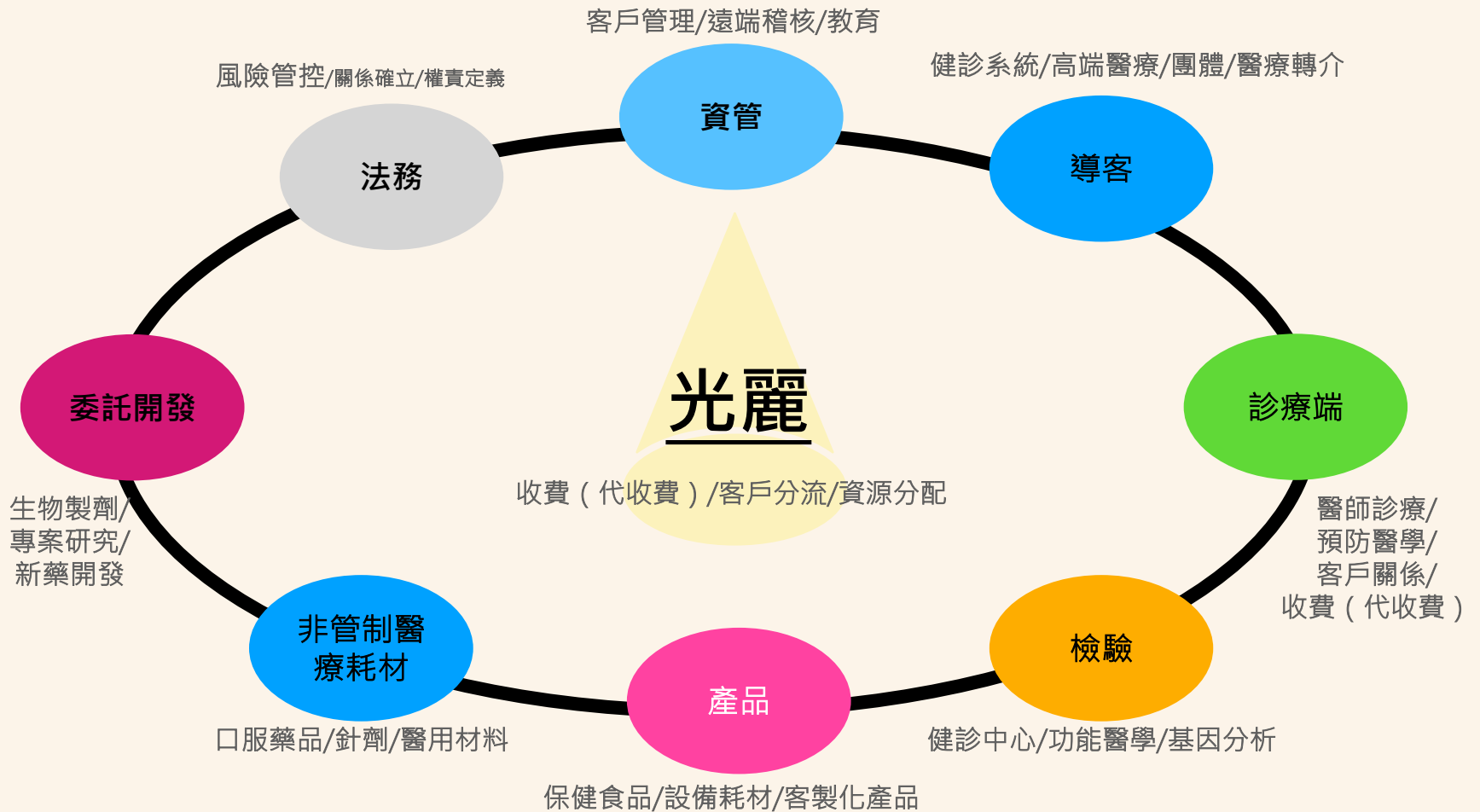
保健食品網路團購趨勢



實際案例

台北市某抗衰老診所
年營業額佔比





Thank You Q&A