

# 禾聯碩股份有限公司



## 2024年度法人說明會

簡報人:雷鎔駿

新世代  好幫手

---

用心·創新·安心      健康·節能·智慧

## 免責聲明

- ◆ 本資料可能包含對於未來展望的表述。該類表述是基於對現況的預期，但同時受限於已知或未知風險或不確定性的影響。因此實際結果將可能明顯不同於表述內容。
- ◆ 除法令要求外，公司並無義務因應新資訊的產生或未來事件的發生，主動更新對未來展望的表述。

## 基本資料

董事長

• 蔡柏毅

總經理

• 林欽宏

設立  
日期

• 西元2002年05月06日

資本額

• 新台幣730,004,250元

主要  
業務

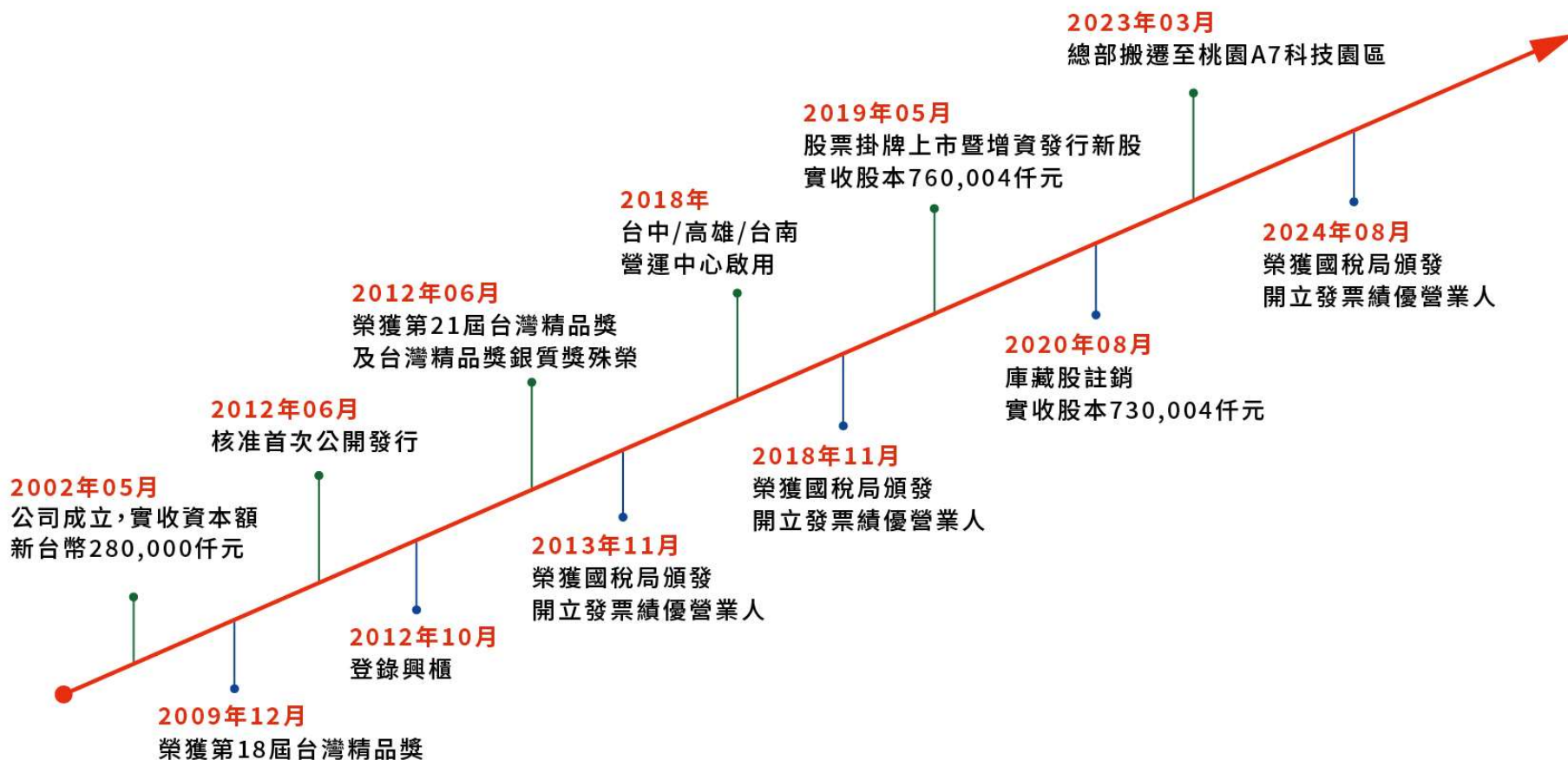
• 液晶顯示器、空調之製造及銷售；生活家電商品銷售

總部  
地址

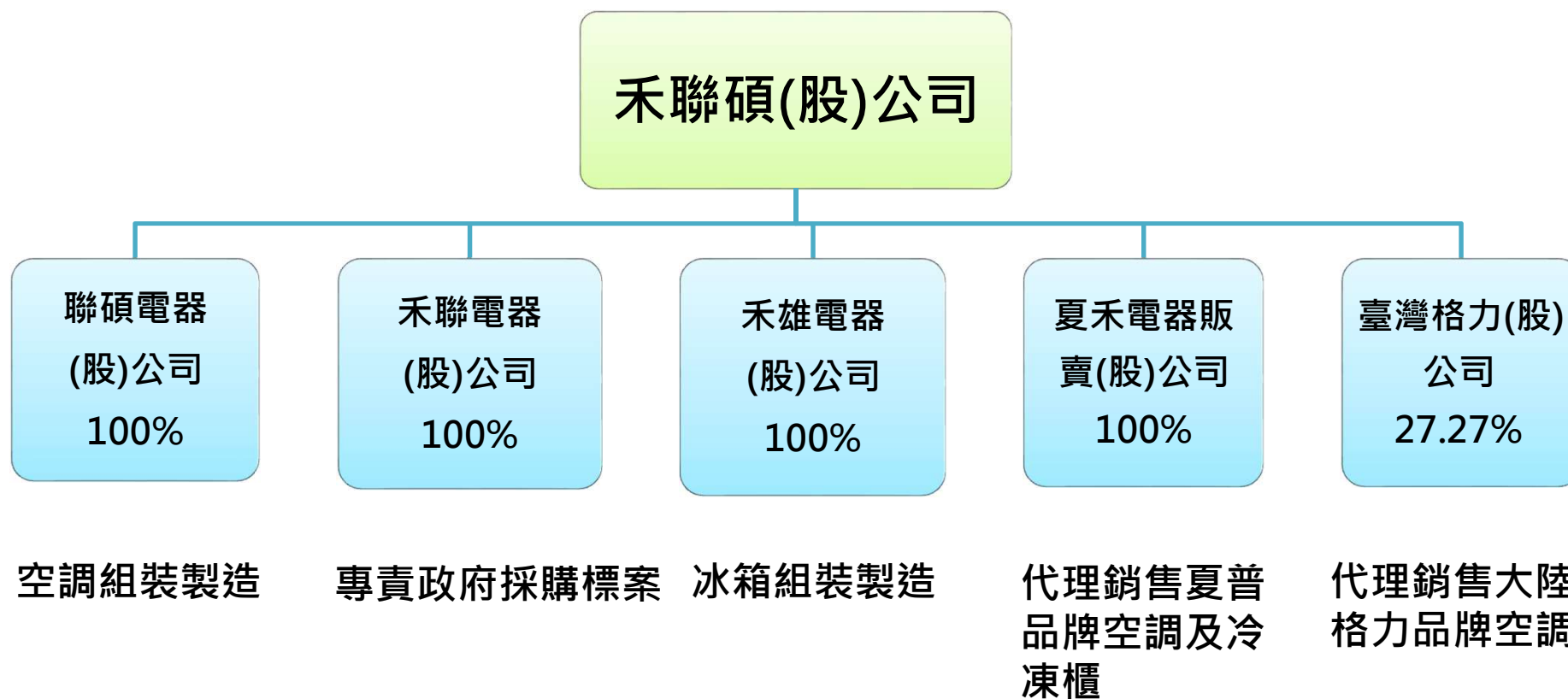
• 桃園市龜山區樂善里文禾路289號9樓



## 公司沿革



## 投資架構



# 營運中心



高雄營運中心



台南營運中心

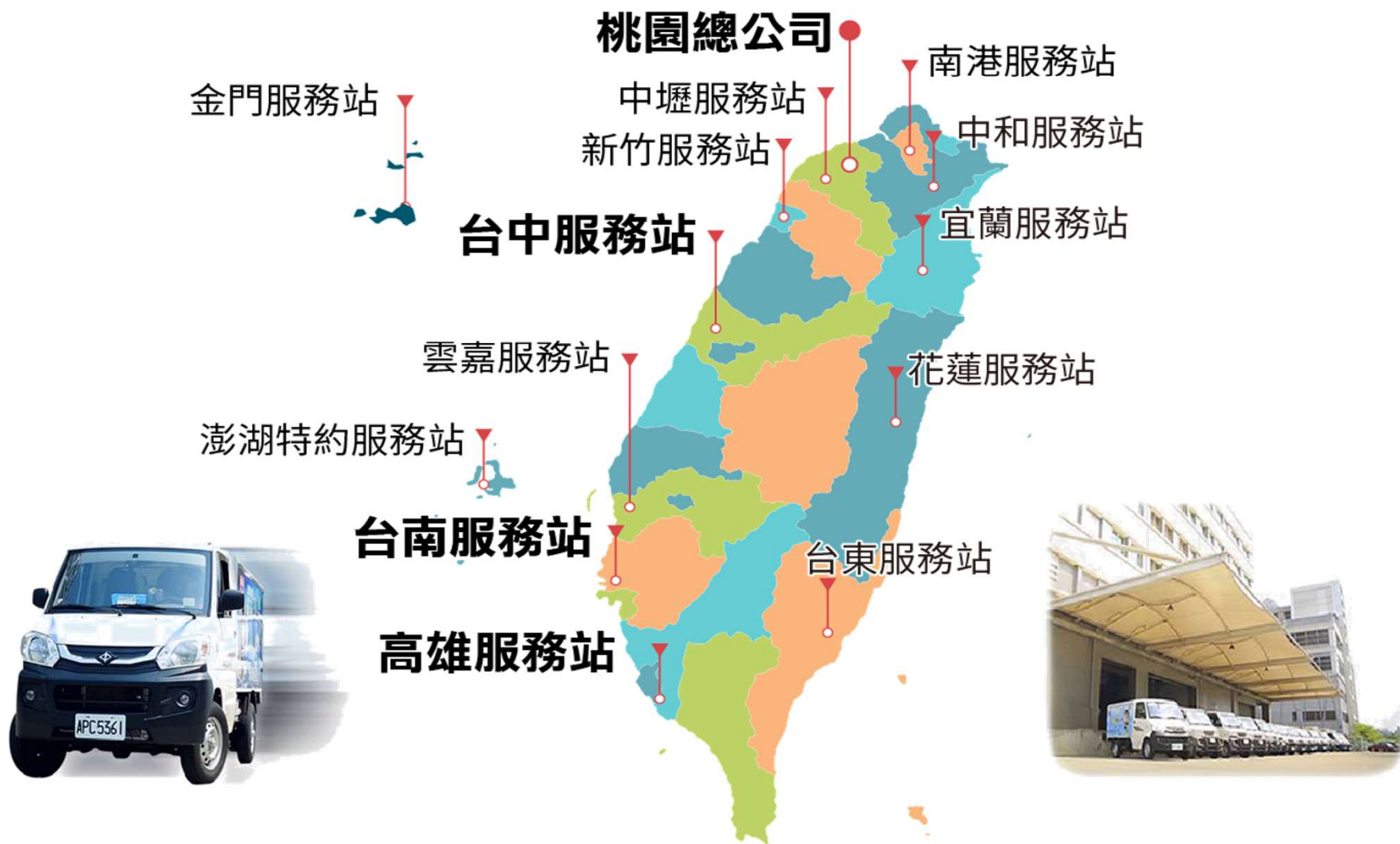


台中營運中心

















桃園總部

# 服務據點



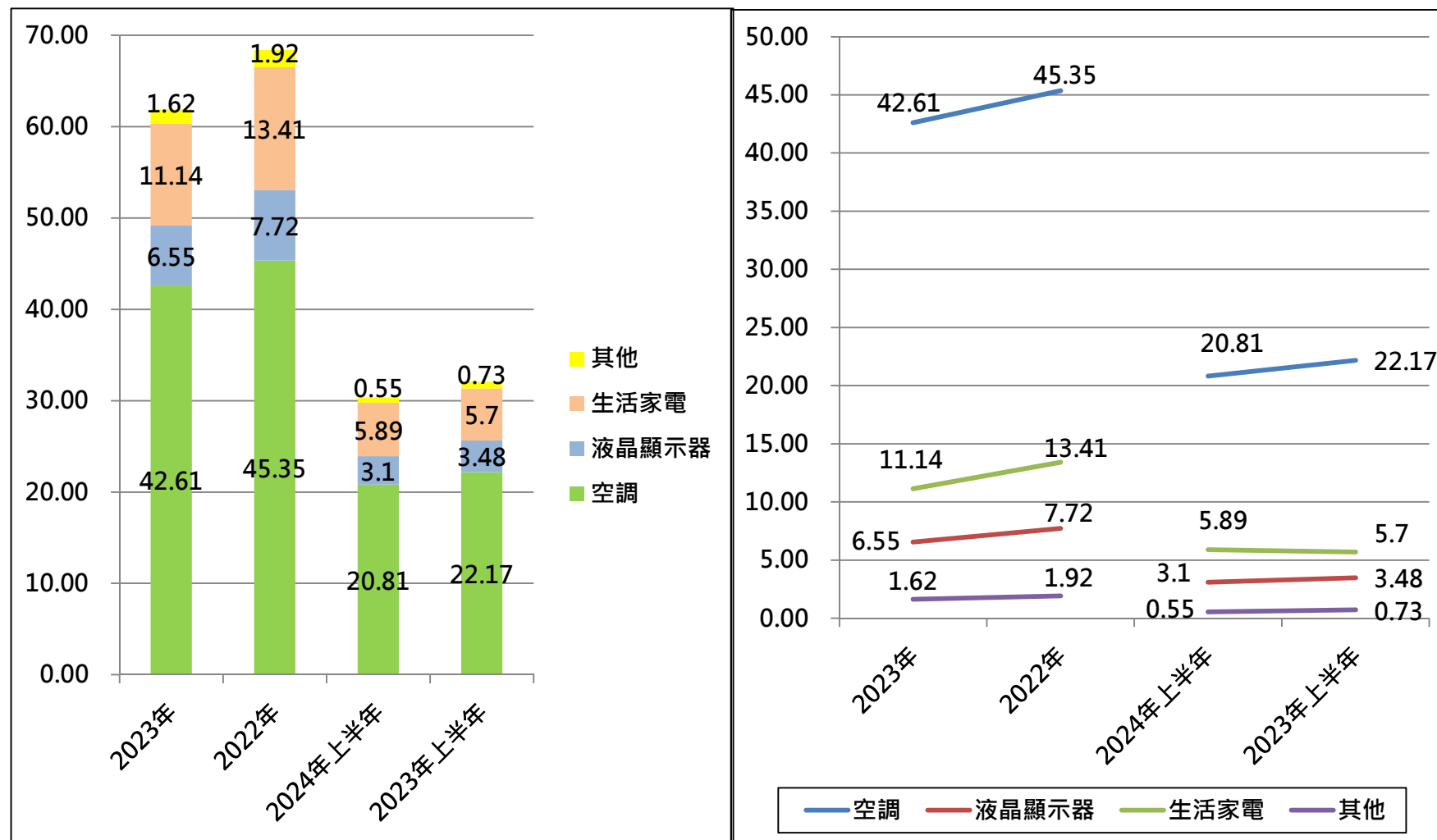
## 銷售通路

| 通路別       | 2024年<br>上半年<br>營收占比 | 主要客戶   |
|-----------|----------------------|--|
| 經銷商       | 49.49%               | 2000多家全台經銷商  |
| 量販3C      | 24.72%               |              |
| 電視及網路購物平台 | 16.52%               |        |
| 其他        | 9.27%                | 零售及各式標案等   |

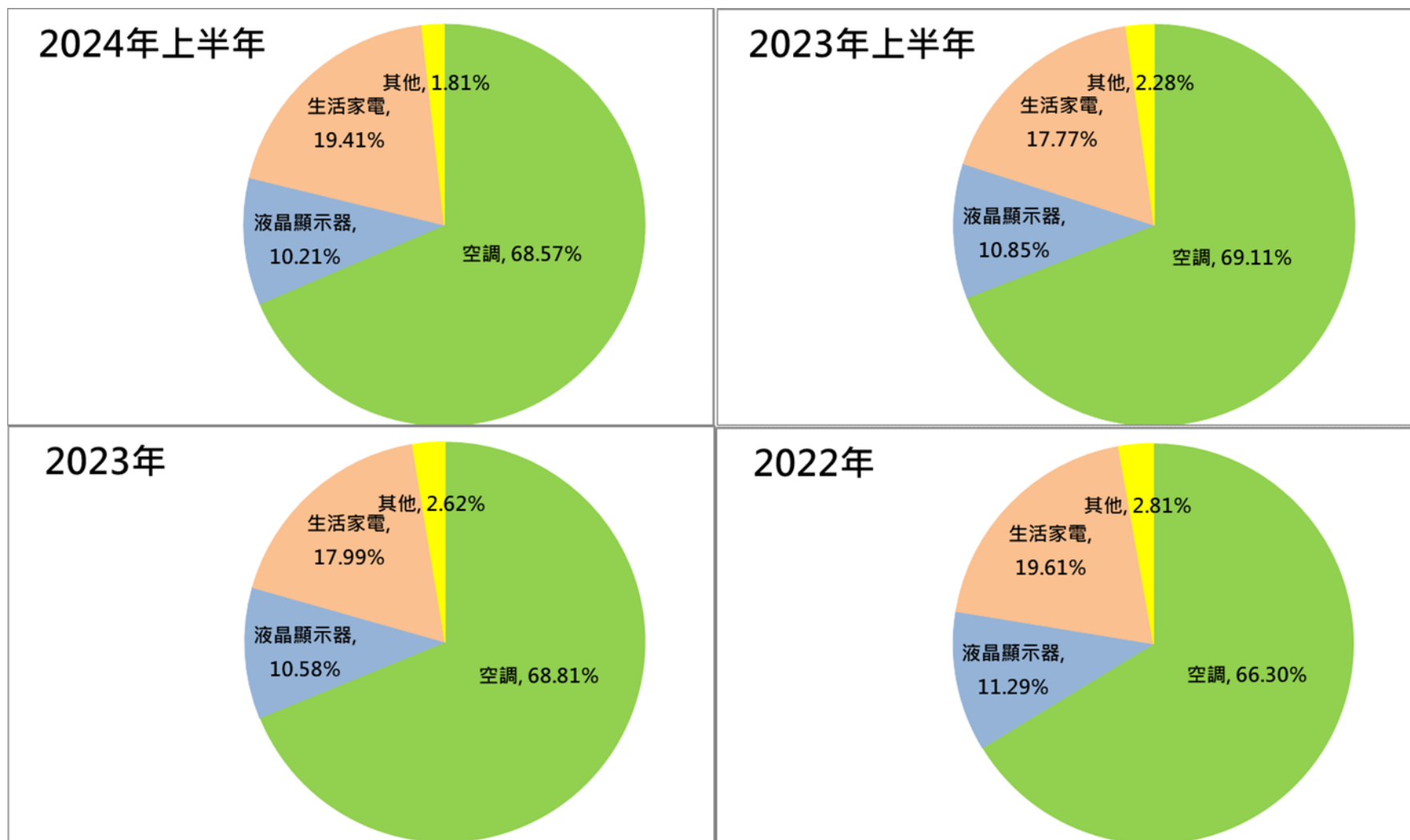


# 產品別營收比較

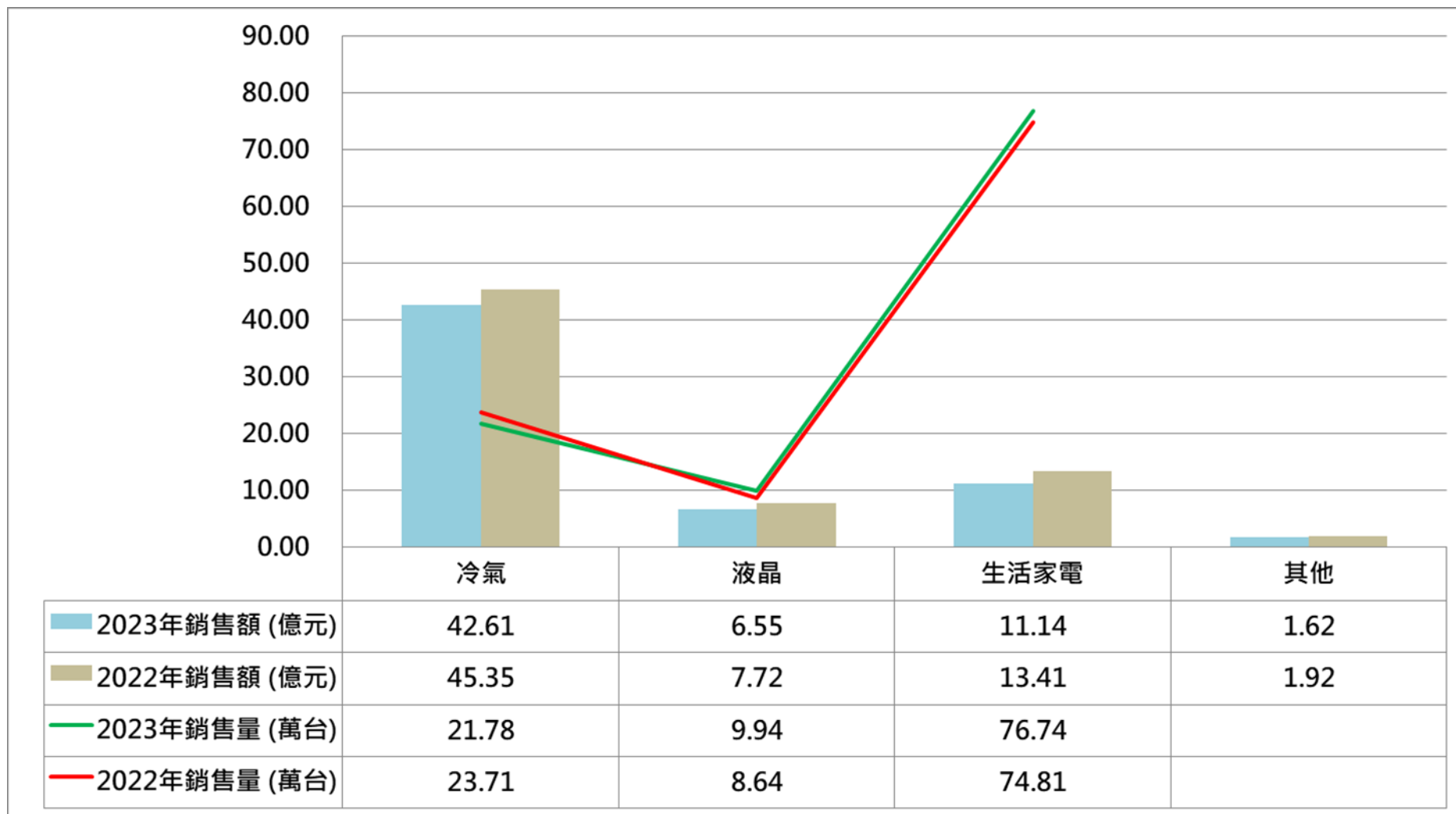
單位:新台幣億元



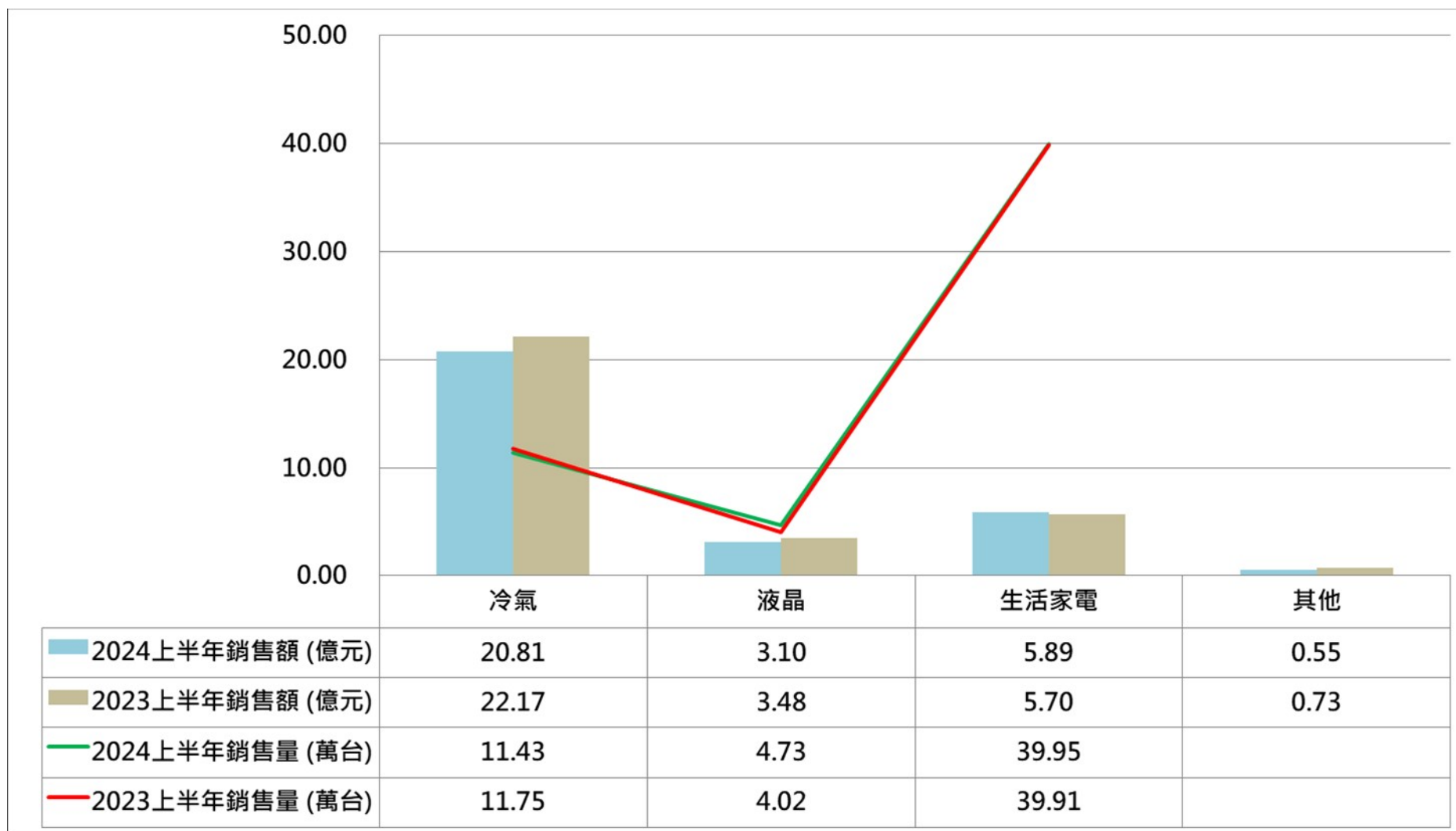
# 產品別營收比重



## 產品別兩期比較



## 產品別兩期比較



## 綜合損益表

單位:新台幣仟元

| 項目 / 年度 | 2024上半年   | 2023上半年   | 2023年     | 2022年     |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 營業收入淨額  | 3,035,358 | 3,208,044 | 6,192,134 | 6,840,370 |
| 營業毛利    | 975,632   | 1,121,993 | 2,075,774 | 2,171,890 |
| 毛利率     | 32%       | 35%       | 34%       | 32%       |
| 營業淨利    | 143,611   | 357,916   | 608,491   | 737,247   |
| 營業淨利率   | 4%        | 11%       | 10%       | 11%       |
| 稅前淨利    | 200,054   | 393,305   | 703,812   | 915,460   |
| 稅後淨利    | 168,015   | 315,585   | 568,055   | 745,237   |
| 純益率     | 5%        | 10%       | 9%        | 11%       |
| 基本每股盈餘  | 2.30      | 4.32      | 7.78      | 10.21     |

資產負債表

單位:新台幣仟元

| 項目 / 年度     | 2024上半年          | 2023上半年          | 2023年            | 2022年            |
|-------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 流動資產        | 4,458,038        | 4,604,156        | 3,328,197        | 4,065,342        |
| 非流動資產       | 3,123,713        | 2,270,359        | 3,075,375        | 1,872,251        |
| <b>資產合計</b> | <b>7,581,751</b> | <b>6,874,515</b> | <b>6,403,572</b> | <b>5,937,593</b> |
| 流動負債        | 2,987,425        | 2,372,498        | 2,018,452        | 1,654,620        |
| 非流動負債       | 528,313          | 272,369          | 192,876          | 76,909           |
| <b>負債合計</b> | <b>3,515,738</b> | <b>2,644,867</b> | <b>2,211,328</b> | <b>1,731,529</b> |
| <b>負債比</b>  | <b>46%</b>       | <b>38%</b>       | <b>35%</b>       | <b>29%</b>       |
| 股本          | 730,004          | 730,004          | 730,004          | 730,004          |
| 資本公積        | 752,306          | 825,306          | 825,306          | 825,306          |
| 法定盈餘公積      | 759,035          | 702,230          | 733,788          | 669,657          |
| 未分配盈餘       | 1,824,785        | 1,972,108        | 1,901,018        | 1,981,097        |
| 其他權益        | (117)            | -                | 2128             | -                |
| <b>權益合計</b> | <b>4,066,013</b> | <b>4,229,648</b> | <b>4,192,244</b> | <b>4,206,064</b> |
| <b>每股淨值</b> | <b>55.70</b>     | <b>57.94</b>     | <b>57.43</b>     | <b>57.62</b>     |

## 近5年股利配發狀況

單位:新台幣元

| 項目 / 年度 | 2019年 | 2020年  | 2021年  | 2022年  | 2023年  |
|---------|-------|--------|--------|--------|--------|
| EPS     | 10.73 | 12.73  | 10.69  | 10.21  | 7.78   |
| 配發股利    |       |        |        |        |        |
| 股票股利    | -     | -      | -      | -      | -      |
| 現金股利    | 8     | 8      | 8      | 8      | 8      |
| 股利合計    | 8     | 8      | 8      | 8      | 8      |
| 股利配發率   | 75%   | 63%    | 75%    | 78%    | 103%   |
| 平均股價    | 96.34 | 102.54 | 122.02 | 109.78 | 110.15 |
| 現金股利殖利率 | 8.30% | 7.80%  | 6.56%  | 7.29%  | 7.26%  |

## 未來發展計劃

### 創新產品

- 不斷推陳出新、開發引進新品滿足消費者需求。

### 節能家電

- 響應政府2050年淨零排碳目標，產品開發設計以節能減碳為目標。
- 持續發展符合國家新能源效率規範之產品。

### 提升效率

- 增設服務據點提升服務效率。
- 擴充倉儲空間強化物流配送速度。

### 深根台灣市場

- 強化HERAN品牌經營。
- 優質化、差異化產品區隔市場競爭、掌握關鍵競爭優勢。



Q

&

A

