

新麥企業股份有限公司

股票代號：1580TT

SINMAG

SINMAG EQUIPMENT CORPORATION

第三季營運報告

發言人:黃宇彤

電話:+886-2-22981148分機14

郵件:sinmag.tw@sinmag.com.tw



免責說明

- 本簡報資料所提供資訊，包含前瞻性看法以及展望，反應新麥企業股份有限公司(本公司)截至目前為止對於未來的看法。這些前瞻性看法及展望可能因各種本公司所不能掌控的風險、不確定與假設等不同狀況而超出本公司的判斷，實際結果將可能有重大出入或是不依預期發生，讀者不應完全依賴此簡報資訊。對於這些看法，未來若有任何變更或調整，本公司不負責隨時提醒、更新或更正。
- 新麥企業股份有限公司已盡可能確保本簡報資料之正確性且並無遺漏及過時，然而，本公司概無就有關資料之可靠性、準確性或完備性做出任何明示或暗示之聲明或保證，且對本簡報資料任何內容或因倚賴該等內容所採取行動而直接或間接引致之任何損失，本公司概不負責。

簡報大綱

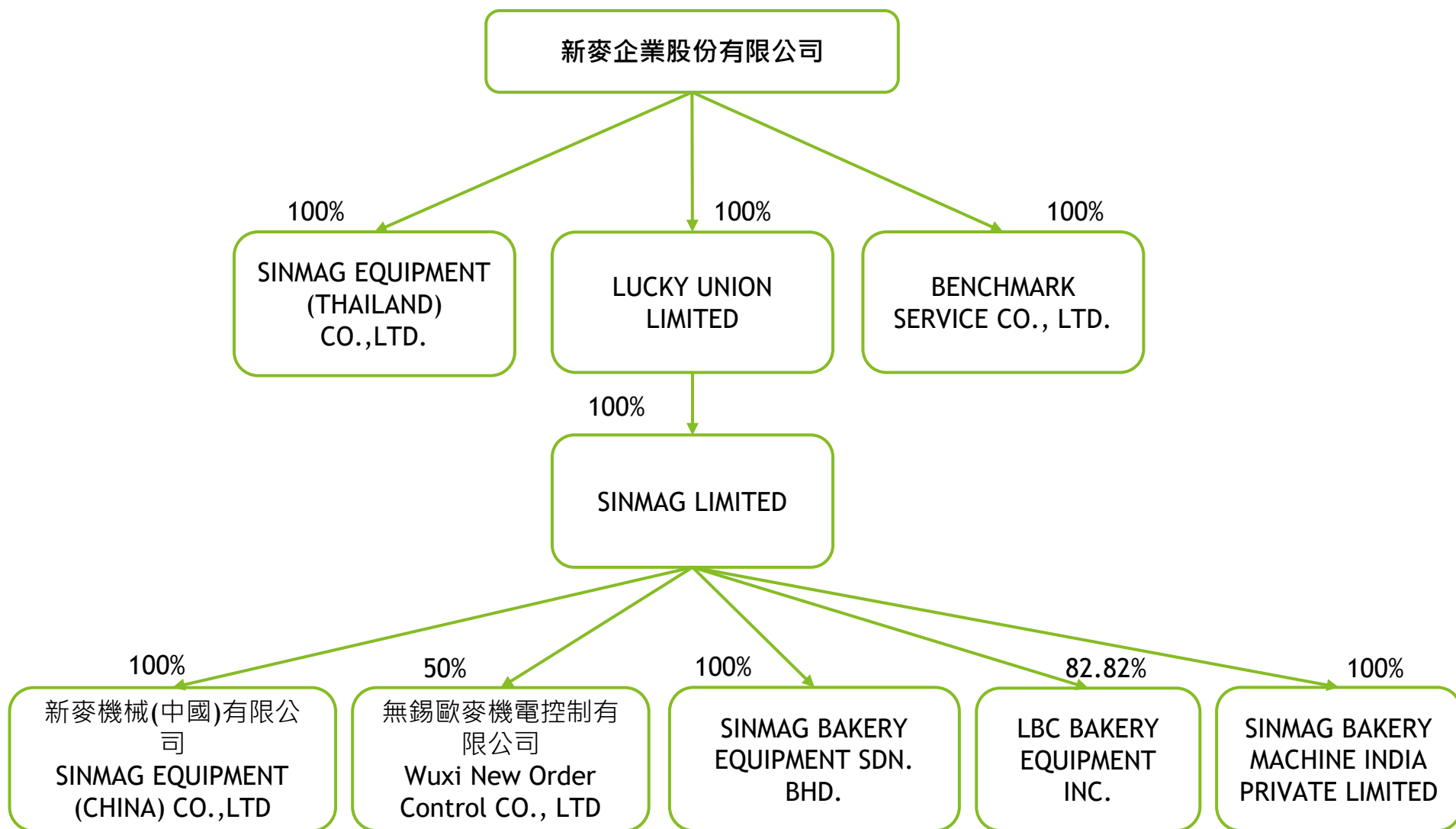
SINMAG

- 一、新麥總體概況
- 二、市場發展狀況
 - 中國市場發展狀況
 - 海外市場發展狀況
- 三、財務績效
- 四、未來發展規劃



一、新麥總體概況(一)集團架構

SINMAG



一、新麥總體概況(二)台灣新麥

SINMAG



- 公司名稱：新麥企業股份有限公司
- 地點：五股新麥工廠
- 設立時間：1983年9月27日
- 董事長(兼任總經理)：謝順和先生
- 資本額：新台幣502,302千元
- 主要營業項目：各式食品機械研發、製造與銷售
- 員工人數：84人
- 占地面積：303.68坪
- 廠房面積：970.85坪

一、新麥總體概況(三)無錫新麥一廠

SINMAG



- 公司名稱：新麥機械(中國)有限公司
- 地點：江蘇省無錫市錫山經濟開發區
- 設立時間：1994年12月28日
- 董事長(兼任總經理)：謝順和先生
- 資本額：美金3,385萬元
- 主要營業項目：各式食品機械研發、製造與銷售
- 員工人數：約1,200人
- 占地面積：15,341坪
- 廠房面積：20,318坪

一、新麥總體概況(四)無錫新麥二廠

SINMAG



- 地點：江蘇省無錫市錫山經濟開發區
- 占地面積：10,083.38坪
- 廠房面積：14,937.34坪(第一期)
- 廠房構造：地下一層、地上四層
- 投產時間：2019年9月
- 廠房目前使用率：80%

一、新麥總體概況(五)西雅圖廠

SINMAG



- 地點：美國華盛頓州圖拉利普(西雅圖)
- 占地面積：4,762.04坪
- 廠房面積：818坪
- 廠房構造：辦公室二層、廠房倉庫一層
- 投產時間：2016年4月
- 廠房目前使用率：100%

一、新麥總體概況(六)馬來西亞倉庫

SINMAG



- 地點：馬來西亞雪蘭莪州浦種
- 占地面積：570坪
- 廠房面積：417坪
- 廠房構造：辦公室三層、倉庫一層
- 投產時間：2019年5月
- 廠房目前使用率：80%

一、新麥總體概況(七)

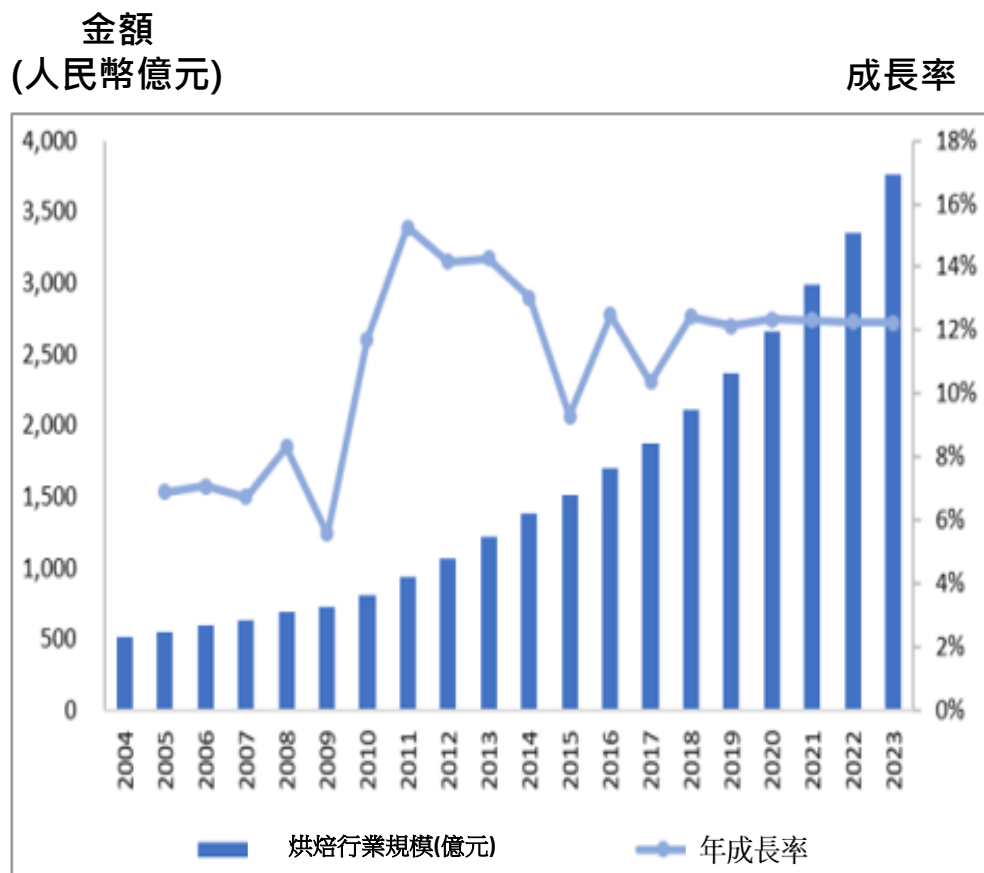
SINMAG

- 今年初新冠疫情爆發，全球遭受疫情衝擊，各行業對資本支出趨於保守觀望，烘焙設備銷售也受到影響。目前中國市場已逐漸恢復至同期相比的九成，其他市場則因疫情關係，皆有不同程度的恢復。
- 資金水位相對安全，因此發展步調仍按2019年底的規劃進行，包括增資泰國、以及中國工廠的廠房改造與設備升級等(Ex: 購置開平機與金工加工中心、噴漆設備改造、廢氣與廢水處理設施升級)。
- 因應市場需要，調整產品結構，重新布置產線，提高生產效率及產品品質，淘汰部份低毛利或無市場的產品。
- 未來重心發展仍放在成長性較高且穩定的中國。

二、市場發展狀況-中國市場(一)

SINMAG

中國烘焙產業銷售額



資料來源：
智研諮詢集團《2004-2023年中國烘焙食品行業市場競爭現狀及投資戰略研究報告》

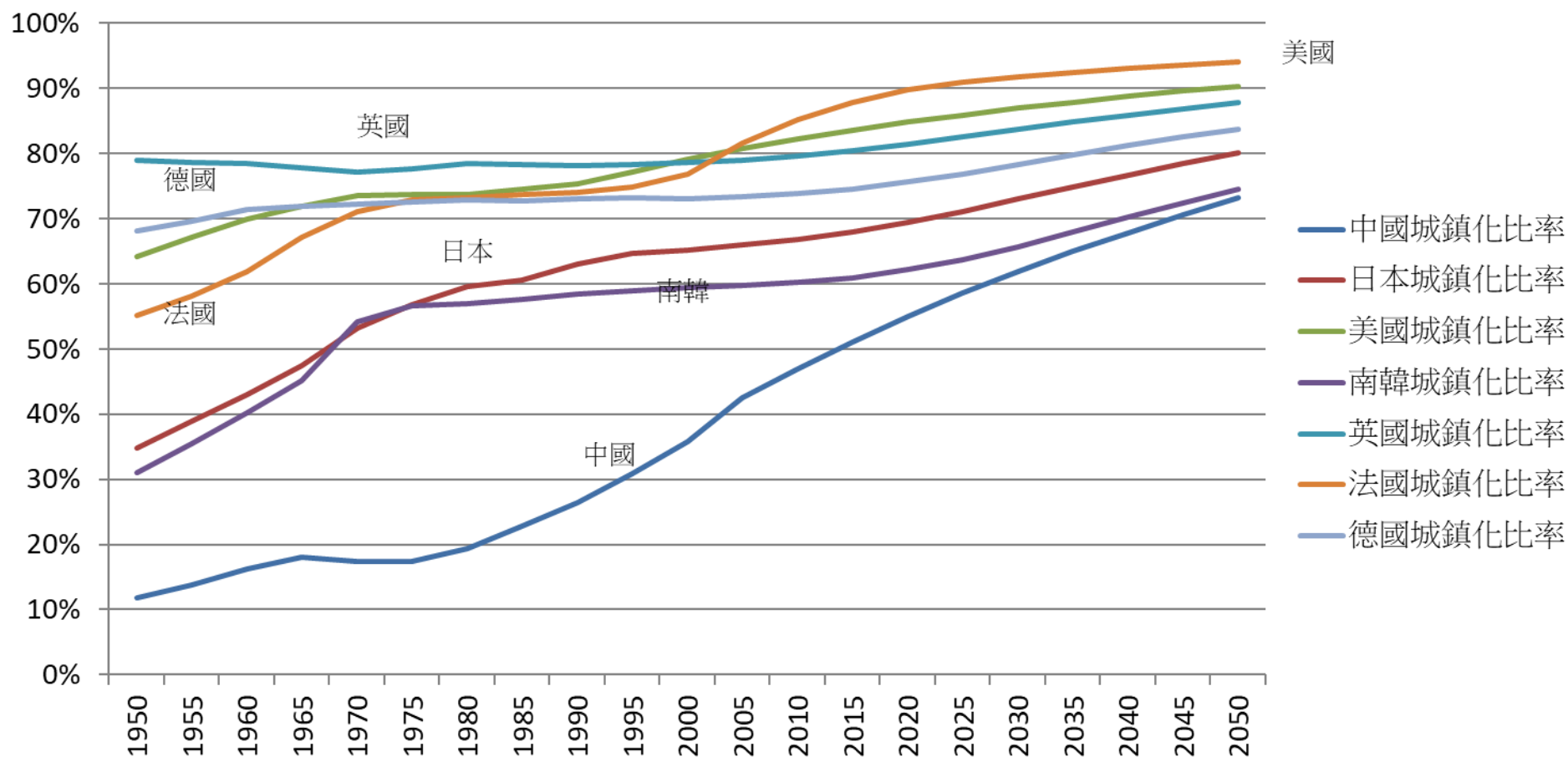
近年來，隨著人們生活節奏加快以及西方飲食文化的滲透，烘焙食品逐漸在早餐市場中嶄露頭角。

在烘焙食品正餐化需求與休閒需求的雙重推動下，行業的市場規模也進一步增大，根據智研諮詢集團研究報告，2020年中國烘焙食品市場規模預計達到人民幣2,567億元。

二、市場發展狀況-中國市場(二)

SINMAG

全球主要國家城鎮化比率

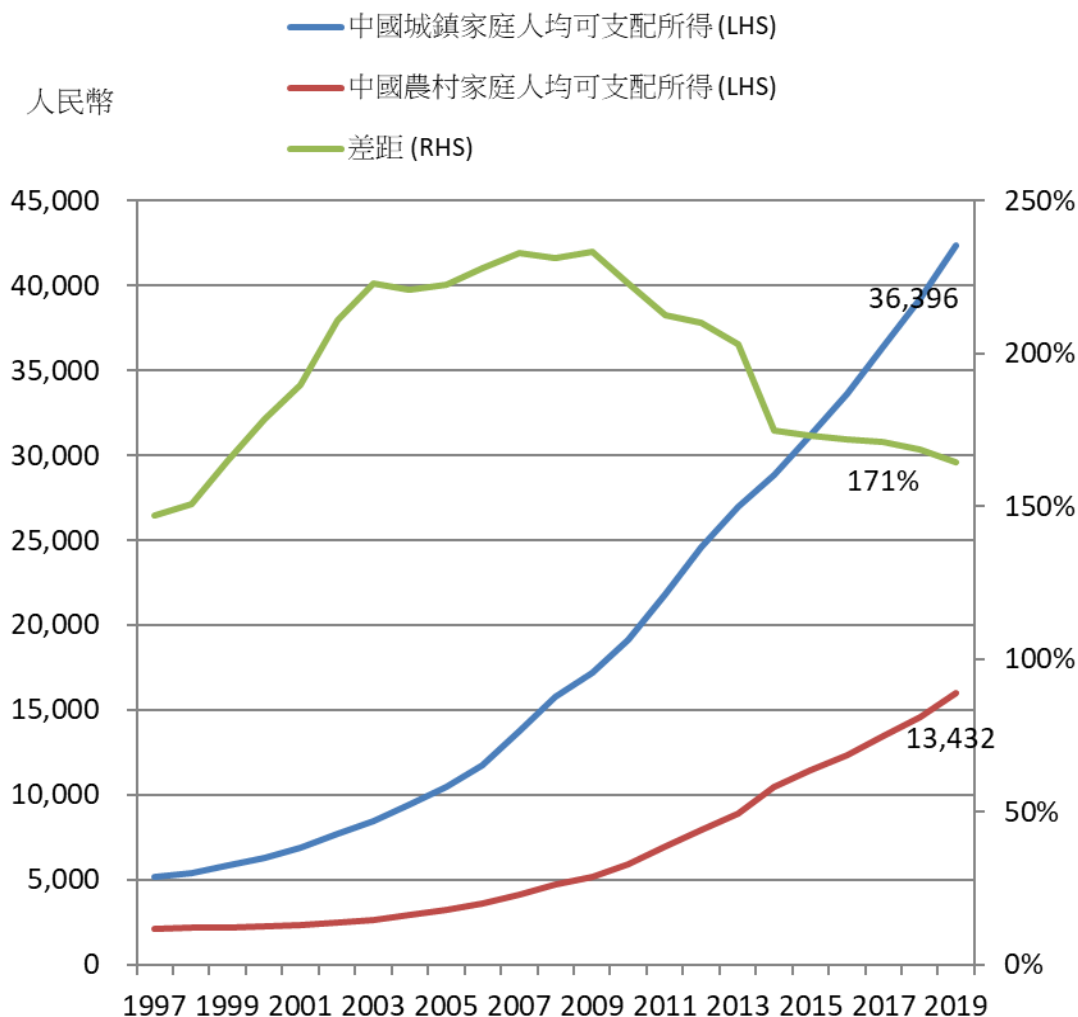


資料來源:IMF、UN、Bloomberg

二、市場發展狀況-中國市場(三)

SINMAG

中國城鎮及鄉村人民可支配收入



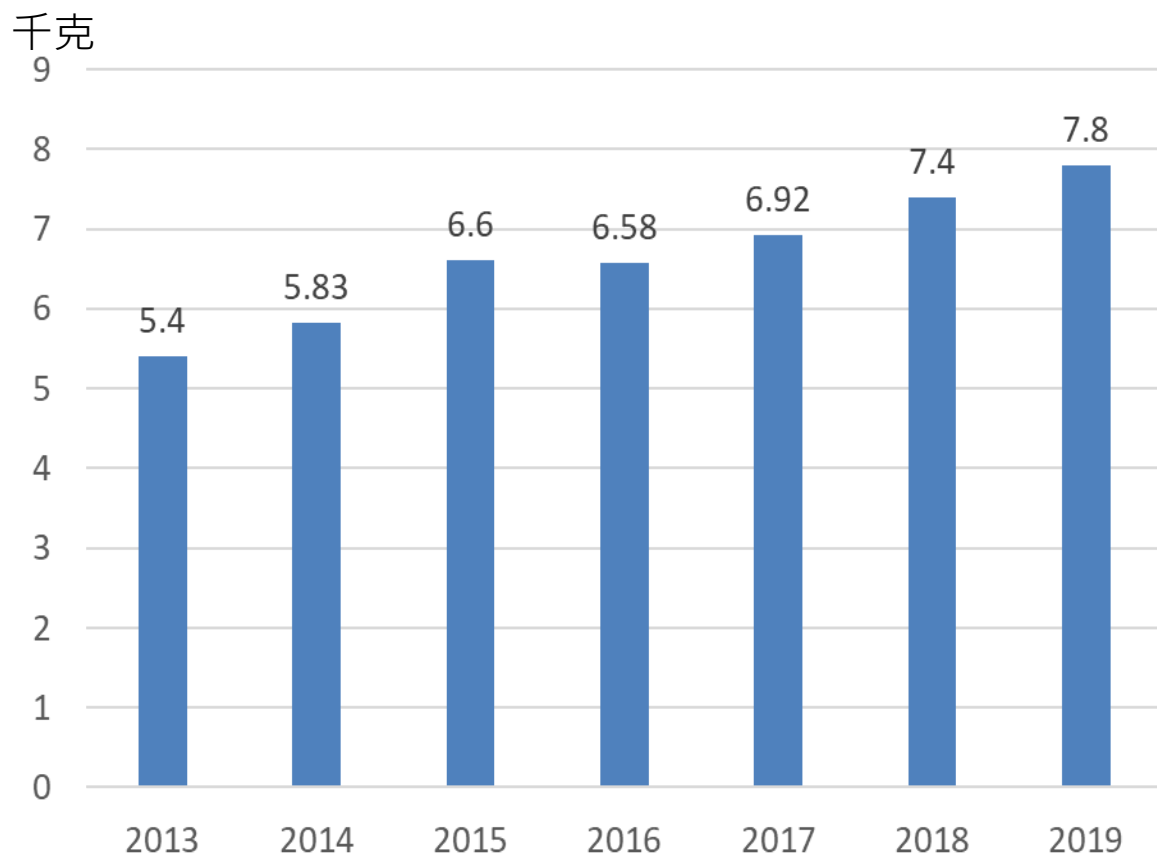
資料來源:中國國家統計局

- 中國二三級城市的烘焙產品消費與一線城市差距較大，隨著經濟發展及消費者對烘焙食品認識度不斷提升，未來市場發展潛力大。中國二、三級城市的烘焙產品消費低於北京、上海等一級城市。
- 中國未發展的省分人口占總人口比例約50%，隨城市開發及電商的發展，二三級城市烘焙食品消費可望提升。

二、市場發展狀況-中國市場(四)

SINMAG

2013-2019年中國人均烘焙食品消費量



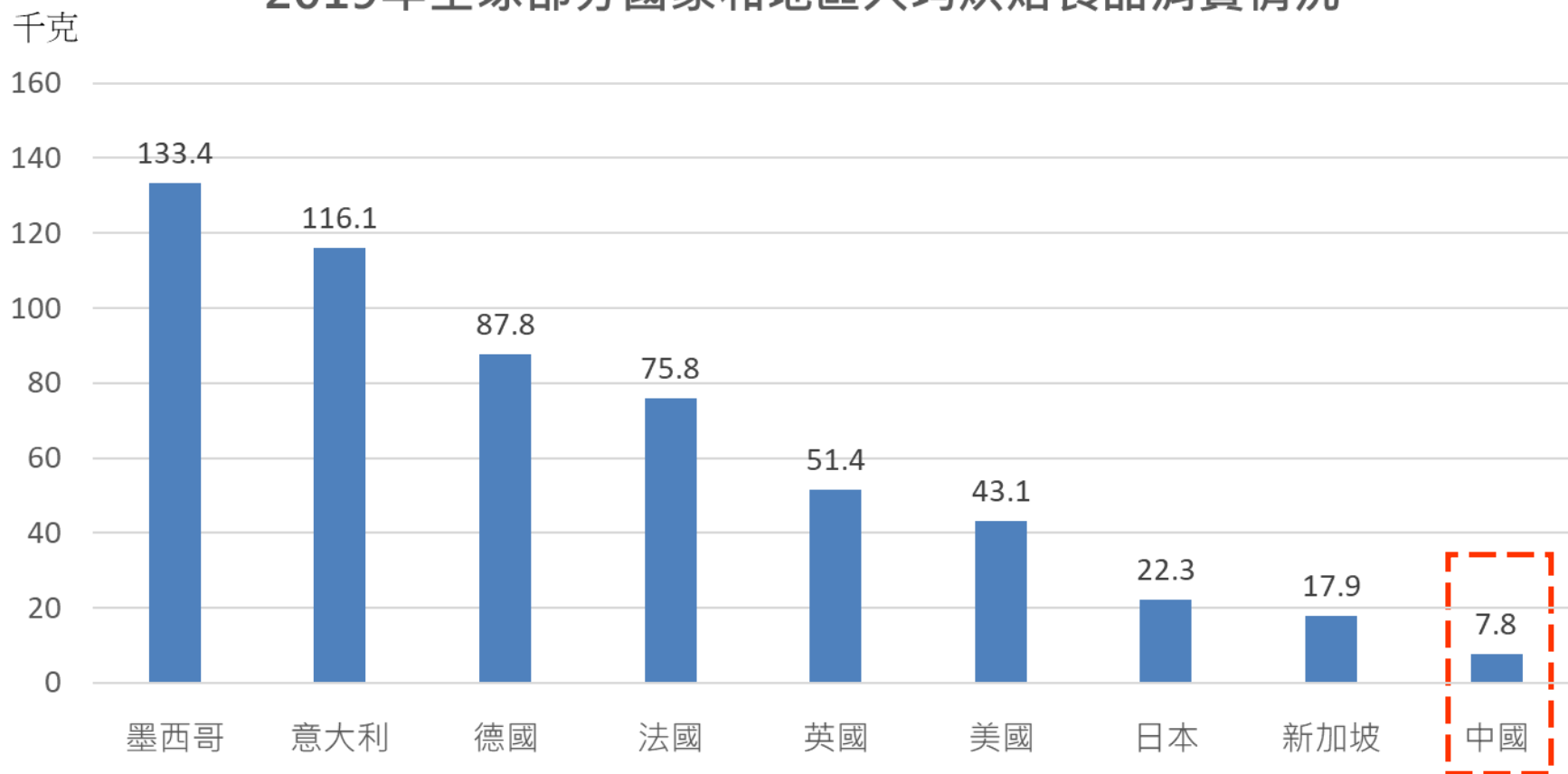
由於生活習慣和飲食方式與西方國家有所不同，烘焙食品在亞太地區通常做為點心而非正餐食用。根據中國食品工業協會烘焙專業委員會統計資料顯示，**2019年，中國烘焙食品人均消費量約7.8千克。**儘管近年來中國烘焙食品人均消費量逐年增長，但與歐美等國相比仍有較大的差距，行業增長空間較大。

資料來源：中國食品工業協會烘焙專業委員會 前瞻產業研究院整理

二、市場發展狀況-中國市場(五)

SINMAG

2019年全球部分國家和地區人均烘焙食品消費情況



資料來源：Euromonitor 前瞻產業研究院整理

二、市場發展情形-中國市場(六)

SINMAG

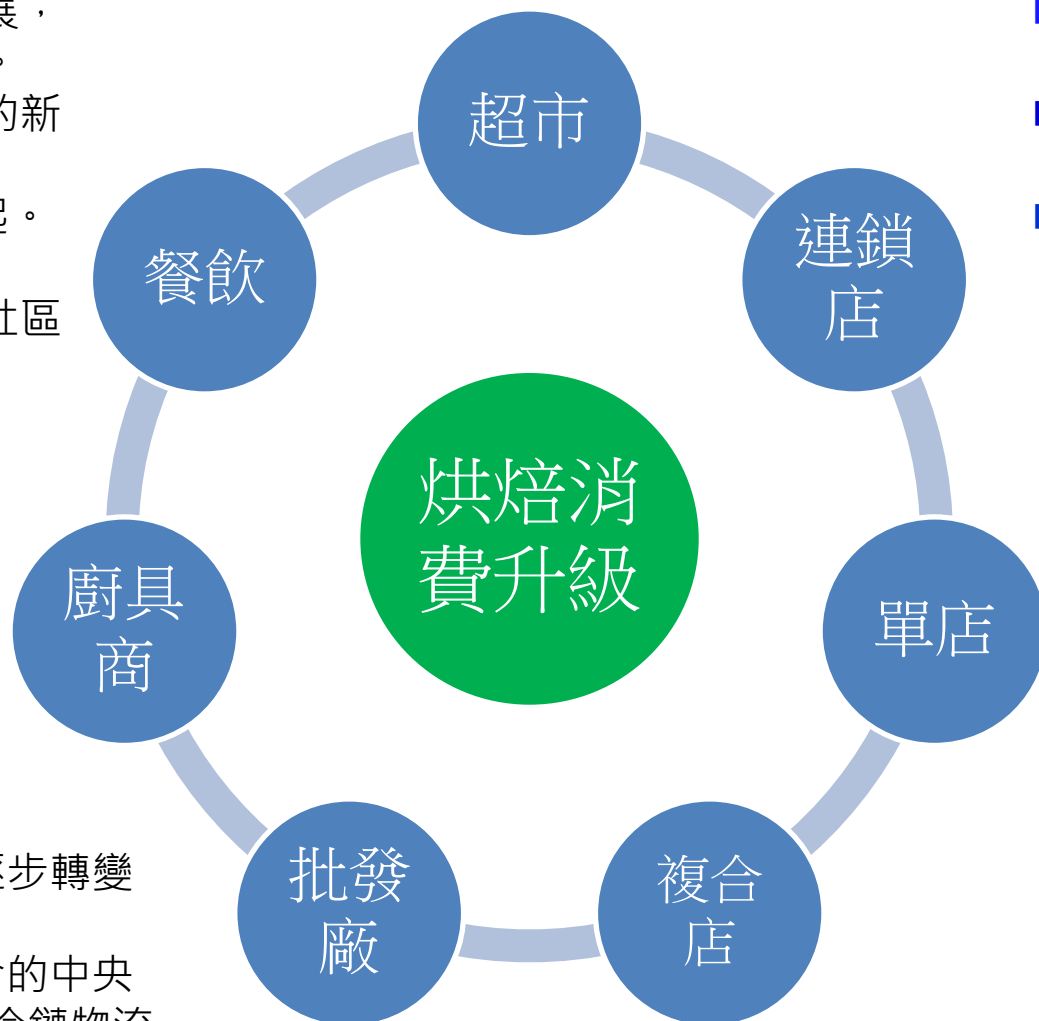
► 疫情對產業的影響

- 上半年新冠疫情衝擊，市場對資本財的投入趨於觀望，直接影響烘焙設備。
- 規模小之烘焙設備製造商同業競爭者，經營困難，產品品質及售後服務無法承諾，很多客戶轉向跟新麥採購。
- 疫情環境中突顯新麥競爭優勢，完整產品線及優良服務體系。挾本身之競爭優勢積極搶佔疫情後市場商機，逐步彌補了先前疫情期間凍結的業績缺口。
- 中國市場第一季因各行業延遲復工與民眾無法外出導致消費受限，業績受到影響，第一季衰退56.51%，隨後業績逐步上升，第二季衰退16.82%，第三季衰退6.11%。衰退幅度大幅縮小。

二、市場發展情形-中國市場(七)

SINMAG

- 受房地產及電商發展，大型超市開店減緩。
- 線上線下物流整合的新零售模式。
- 生鮮+餐飲模式崛起。
- 企業整併。
- 輕型便利生鮮店、社區超市。



- 複合式店面，提供完善體驗服務。
- 麵包/蛋糕+茶/咖啡，成為主流。
- 社交屬性。

- 烘焙訓練機構、烘焙學校興起。
- 網紅品牌、個人個性烘焙店。
- DIY 樂趣。

- 中長保產品逐步轉變短保產品。
- 線上線下結合的中央工廠+電商+冷鏈物流新興模式。

二、市場發展情形-中國市場(八)

SINMAG

➤中國市場客戶類型

	2017年	2018年	2019年	2020年1-9月
超市	15.16%	18.75%	13.22%	10.74%
連鎖店	39.28%	36.25%	37.71%	36.14%
單店	19.58%	17.41%	16.31%	16.02%
批發廠	7.90%	8.70%	7.98%	8.33%
廚具商	14.08%	14.95%	19.01%	19.89%
餐飲	2.50%	2.75%	1.20%	3.07%
複合店	1.03%	0.80%	0.46%	0.38%
其他	0.46%	0.39%	4.11%	5.43%

二、市場發展情形-中國市場(九)

SINMAG

➤ 客戶型態改變

- 超市

- ✓ 疫情期間，線上線下結合，線上營業額高於線下實體店。
- ✓ 企業間整併(大潤發、歐尚合併)，開店數大幅減少。
- ✓ 現有門店進行整頓，少有整套設備採購，替代的是單機購買。
- ✓ 超市新業態轉型，發展社區店面、生鮮以及餐飲服務。

- 單店及連鎖店:

- ✓ 市面消費活動降低，大幅降低新開店的投資計劃，影響最大。

二、市場發展情形-中國市場(十)

SINMAG

- 批發廠
 - ✓ 疫情期間，食品廠未受影響，正常生產。
 - ✓ 老廠設備進行汰舊換新，增加短保值期產品。
 - ✓ 發展多種管道銷售，線上與線下相結合，送貨上門。
- 餐飲
 - ✓ 一二線城市的飲食習慣改變，受疫情影響，披薩的銷量成長，發展出新的加盟連鎖，對特定的產品如披薩爐的需求增加。
- 複合店
 - ✓ 受疫情影響，門市營業額減少，客戶開店緩慢。

二、市場發展情形-美國市場

SINMAG

- 中國以外全世界的新冠疫情晚於中國爆發，至今尚未有緩解的跡象。
 - 社交距離影響民生消費力道。
 - 貨幣匯率影響進口設備的採購策略。
 - 海外市場的發展受各國多重不同因素影響，因應不同國家狀況，調整銷售策略。

- 美國
 - 受疫情影響，餐廳受到重創，超市生意相對較好。
 - 美國市場以超市客戶為主，影響較小。
 - 深耕超市客戶，如PUBLIX 和 WAL-MART，需求趨於旺盛。

二、市場發展情形-東南亞市場

SINMAG

➤ 東南亞市場受到疫情影響，普遍衰退。

■ 馬來西亞

- 5月解封後，每月業績持續成長。
- 批發廠的成長彌補其他區塊的衰退。

■ 泰國

- 累積多年之努力，成功攻下幾個大型客戶，並推廣了新的設備，後續情況比較樂觀。

■ 印度

- 印度疫情嚴重，尚有許多城市是紅區，無法開店營業，對烘焙產業及整體經濟影響很大。
- 新麥在印度中部的代理商，數年未能擴展業務，目前開放中部市場給其他代理商經營，不設獨家代理。

三、財務績效(一) 綜合損益表

SINMAG

單位:新台幣(仟元)/EPS(元)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020年1-9月
營業收入	4,108,932	4,297,545	4,614,233	4,312,015	4,164,628	2,278,257
成長率%	-4.55%	4.59%	7.37%	-6.55%	-3.42%	-24.98%
營業毛利	1,644,482	1,810,713	1,897,745	1,718,306	1,705,525	926,264
營業毛利率%	40.02%	42.13%	41.13%	39.85%	40.95%	40.66%
營業淨利	674,740	777,282	828,198	657,300	662,080	302,404
營業淨利率%	16.42%	18.09%	17.95%	15.24%	15.90%	13.27%
稅前淨利	680,496	790,768	790,236	689,261	687,551	307,541
稅前淨利率%	16.56%	18.40%	17.13%	15.98%	16.51%	13.50%
稅後淨利	471,817	546,858	534,153	473,613	503,361	212,036
稅後淨利率%	11.48%	12.72%	11.58%	10.98%	12.09%	9.31%
EPS	9.72	11.27	10.63	9.43	10.02	4.22

三、財務績效(二) 資產負債表

SINMAG

堅實的資產負債表可因應新冠肺炎帶來之衝擊

單位:新台幣(仟元)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020年9月30日
資產						
現金及約當現金	443,152	770,584	848,267	816,499	845,718	813,704
應收帳款	808,278	703,854	727,270	611,712	484,490	382,259
存貨	660,917	626,997	703,672	669,144	631,628	604,436
不動產、廠房及設備	718,530	688,534	736,700	843,929	1,065,760	1,016,571
其他資產	298,033	327,334	289,022	290,683	273,851	312,570
資產總計	2,928,910	3,117,303	3,304,931	3,231,967	3,301,447	3,129,540
負債						
短期借款	105,000	125,000	209,314	150,000	113,391	203,145
應付帳款	288,178	280,186	297,382	257,649	243,259	218,016
其他應付款	252,690	316,733	256,556	258,506	288,970	196,741
本期所得稅負債	82,015	132,378	138,802	115,731	78,527	157,682
一年內到期之長期負債	1,438	1,683	5,968	6,121	5,906	4,103
長期借款	67,269	65,061	93,659	89,615	81,866	22,101
其他負債	274,048	260,279	258,598	235,870	254,150	163,037
負債總計	1,070,638	1,181,320	1,260,279	1,113,492	1,066,069	964,825
負債比率%	36.55%	37.90%	38.13%	34.45%	32.29%	30.83%
權益總計	1,858,272	1,935,983	2,044,652	2,118,475	2,235,378	2,164,715
股東權益報酬率%	26.56%	29.53%	27.49%	23.31%	23.68%	13.36%

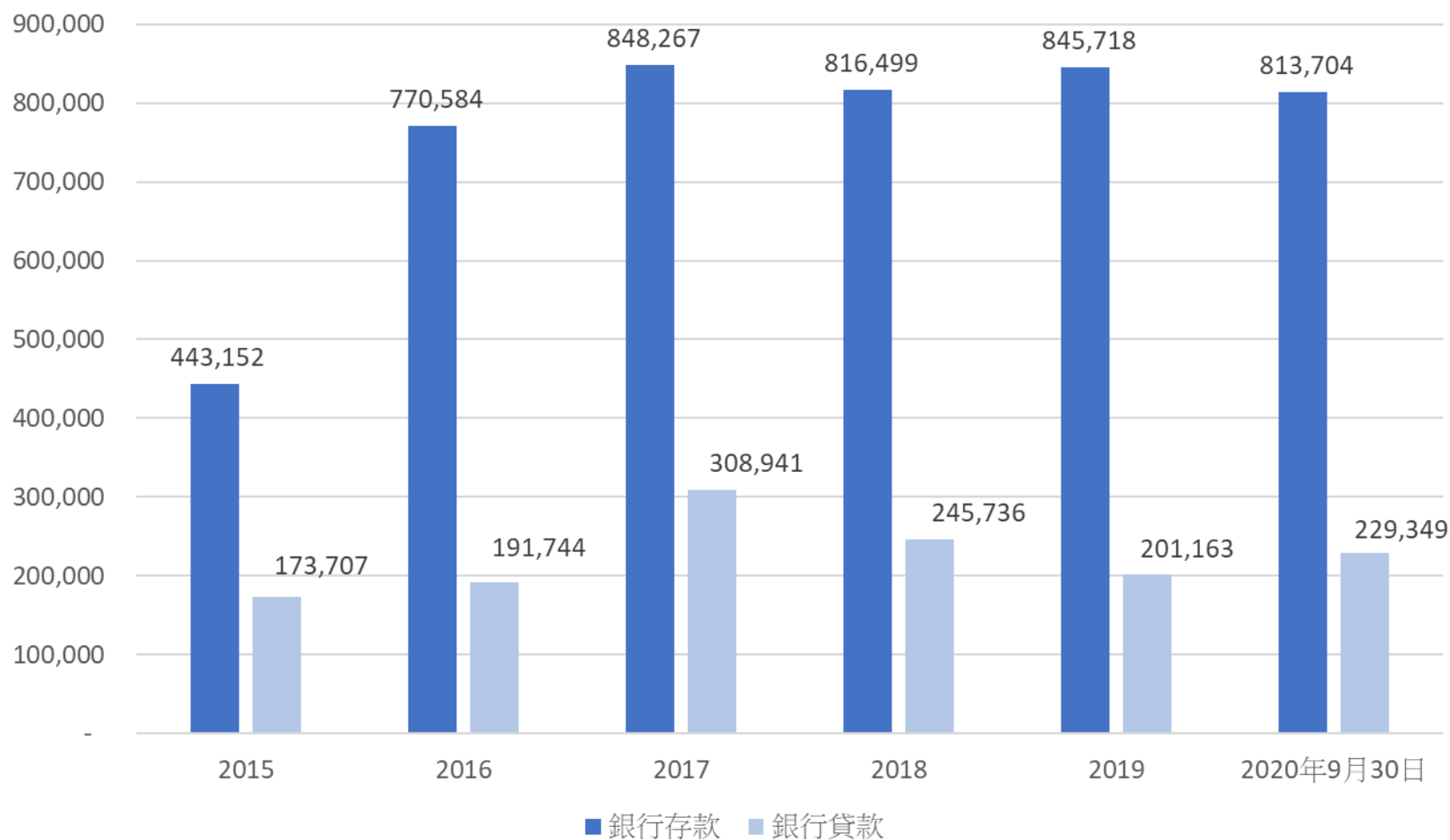
註：現金及約當現金包含其他金融資產(原始到期日超過3個月之定期存款、理財產品等)

三、財務績效(三) 銀行存款與銀行貸款比例

SINMAG

充足的現金可支撐永續發展

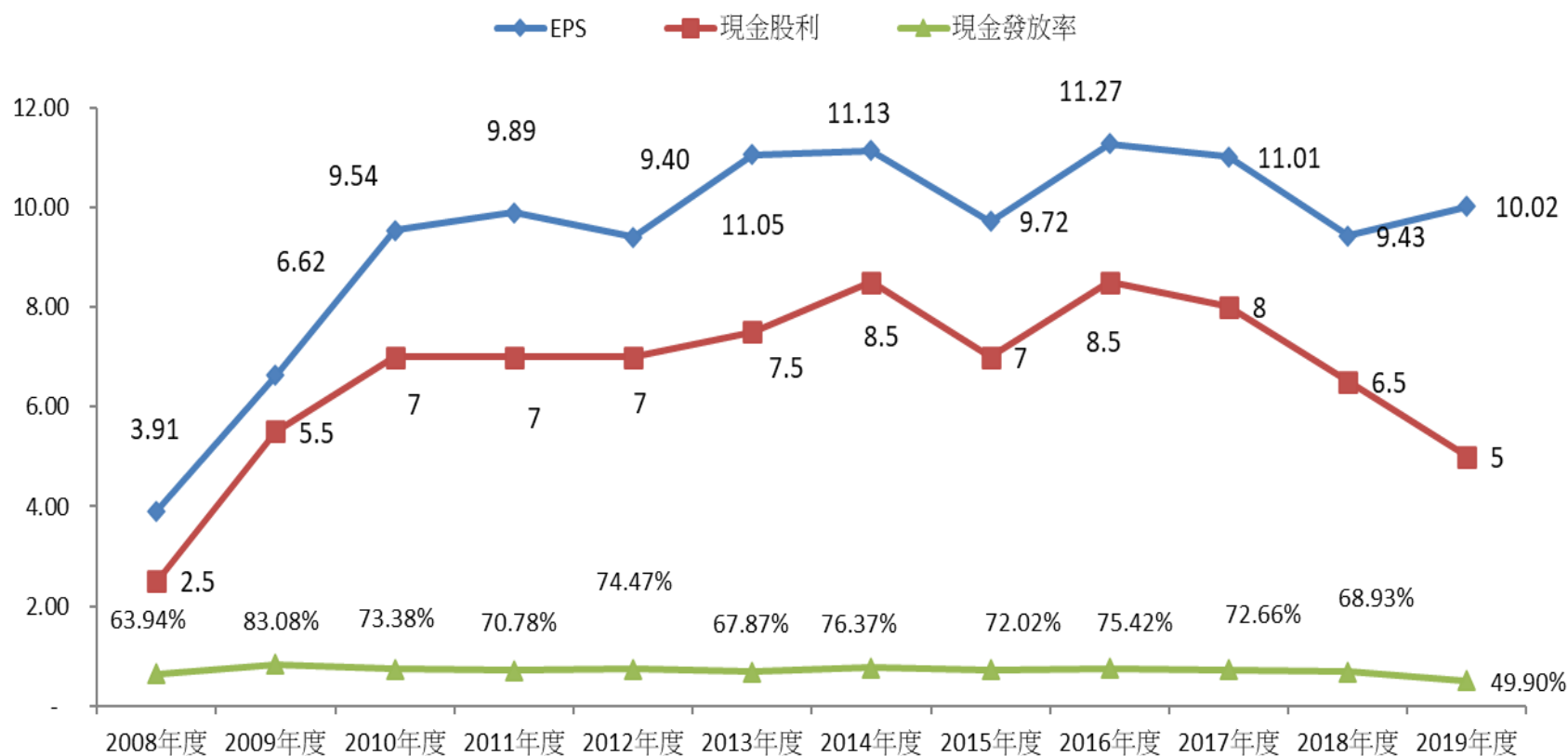
單位:新台幣(仟元)



三、財務績效(四) 現金股利發放率

SINMAG

單位:新台幣(仟元)/EPS(元)



四、未來發展規劃-整體

SINMAG

➤ 生產線布局

■ 新廠投入後的產線調整

- ✓ 2019年9月無錫二廠啟用後，重新調整生產動線，提高生產效率。
- ✓ 2020年新增開平機已投入生產，大量減少板材使用損耗，增加產線流轉速度。
- ✓ 2020年預計再增加精密加工設備共四台，提高產能、降低不良率，預計於年底前投入產線。
- ✓ 導入安全生產與環境保護概念，為企業永續經營立下基礎。

■ 噴漆車間改造

- ✓ 中國在環保議題上，這幾年著重於霧霾改善，因此對空氣汙染議題特別重視。
- ✓ 過去新麥在產品上所使用的油性油漆，需要添加容易揮發的稀釋劑，稀釋劑除了對大氣有害之外，其易燃易爆的特性也經常引發工安問題，在2016年起已受到限制使用，因此無法增加產能。
- ✓ 經過長達三年的研究，2020年新麥最終確認改用官方認可的水性油漆替代原本的塗料。
- ✓ 使用水性油漆的廠房改造、自動噴漆線與廢氣廢水處理設備總計投入約人民幣2000萬元，預計於2021年春可以開始發揮產能。

四、未來發展規劃-中國市場

SINMAG

- **與教學機構合作，對市場新人推廣產品**
 - 王森烘焙學校、麵包研修社
 - 新東方教育機構
 - 甜蜜時光

- **強化廚具商搭配，網羅過去無法直接接觸的客群**
 - 深圳百年
 - 南京廣龍

- **推廣工廠級市場，提供客製化生產線與自動化設計方案**
 - 福建達利食品
 - 台灣統一

四、未來發展規劃-海外市場

SINMAG

■ 美國

- ✓ 延續超市競標路線，並爭取長期合作協議。
- ✓ 加強佈局連鎖麵包店和單店。

■ 馬來西亞

利用售後服務之優勢，推廣小作坊和小型批發廠市場。

■ 泰國

繼續耕耘批發工廠供應鏈，完成更多的設備銷貨。

■ 印度

開發新的代理商經營中印度，與代理商合作啟動網路銷售平臺及設備諮詢顧問，開發新客群市場。

五、總結

SINMAG

- 不受疫情影響，循原本的規劃向下紮根，優化生產效率，增加產能，提高產品質量，並導入安全生產與環境保護的理念，為公司永續經營做好布局。
- 疫情趨緩後，烘焙設備市場的情況逐漸回溫，尤其以中國對疫情控管較嚴格且烘焙市場尚具潛力，競爭同業在疫情期間多數受到重創，部分無法維持，因此中國市場仍為未來數年發展的重心。
- 海外市場目前發展較好的為美國，疫情期間超市消費反成重心，並有機會延續到2021年，且透過投標後長期合同的模式，將會對營收有穩定貢獻。

SINMAG



致力技術創新，讓新麥的設備
做出美味的麵包，幸福每個人