



POYA 寶雅



POYA

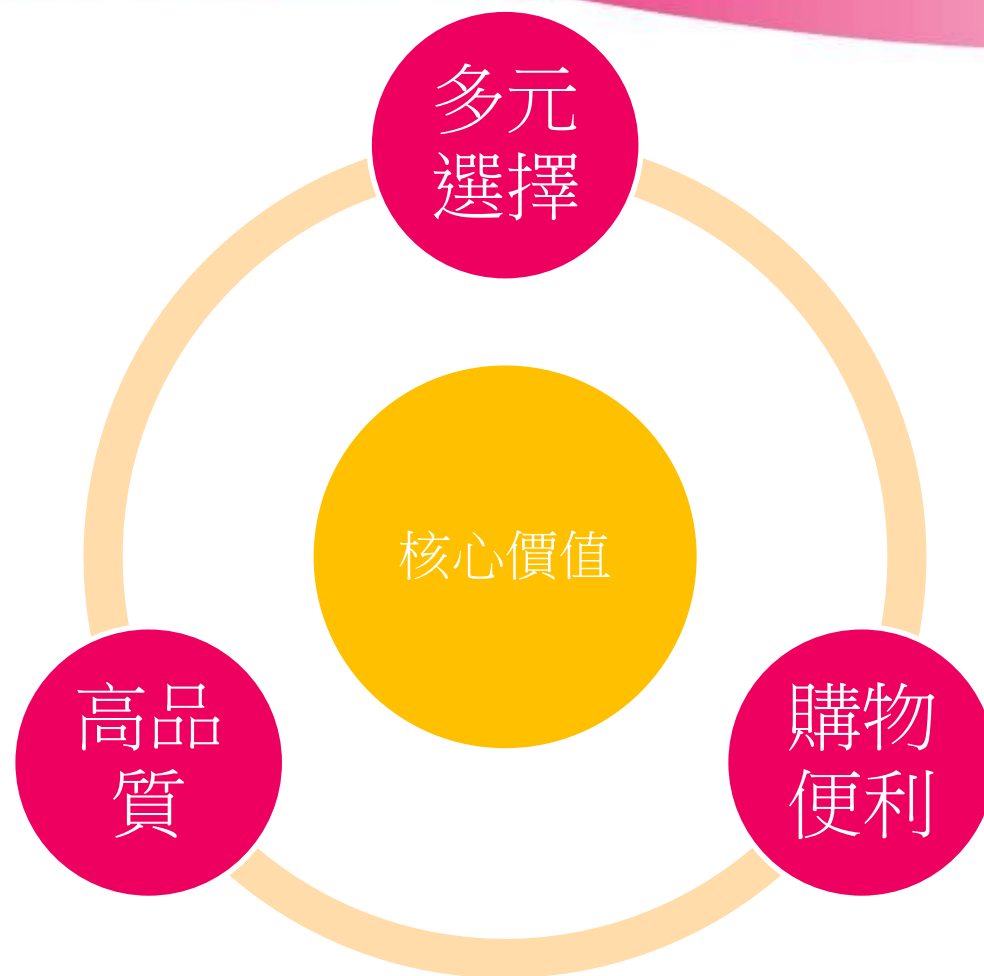
目 錄

- 一.公司簡介
- 二.競爭優勢
- 三.未來發展
- 四.經營績效



公司簡介

- 董事長:
陳建造先生
- 上櫃時間:
2002年9月6日
- 資本額:
9.77億台幣
- 員工人數:
4546 (2021年5月)
- 分店數: (2021年9月)
271寶雅+ 30寶家

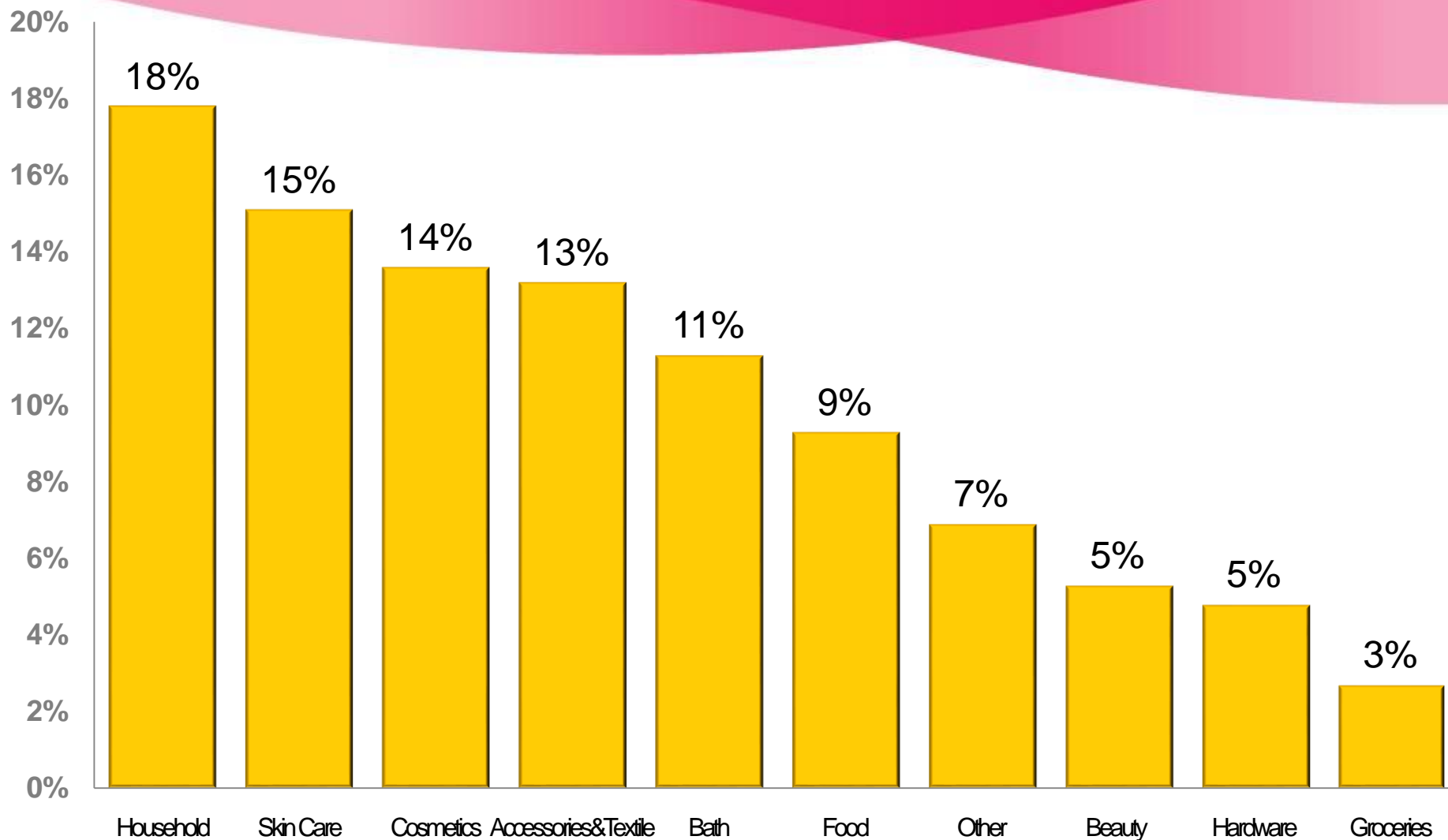


大事紀

- 1975 董事長陳建造於台南創立台灣美妝雜貨業的第一家店
- 1993 總經理陳宗成加入經營團隊，並於高雄開出第一家分店
- 1994  連鎖體系成形，建立第一代企業識別系統。
- 1998  門店突破**10**家，導入第二代店
- 2002 櫃買中心掛牌，公司邁入另一新紀元
- 2006 卡債風暴，門店再造，第三代店導入
- 2009  台北設立營運總部
- 2012  經營再創新，第四代店導入，商品**SKU**數以及顧客價值再提升
- 2014 分店數突破**100**家、榮獲櫃買中心所頒發的金桂獎-促進就業獎項
- 2018 12月營運**200**家店
- 2019  發展第二品牌-寶家-五金百貨
- 2020 榮獲台灣證券交易所舉辦之**2019**年公司治理評鑑上櫃公司排名前**5%** (連續**6**年)

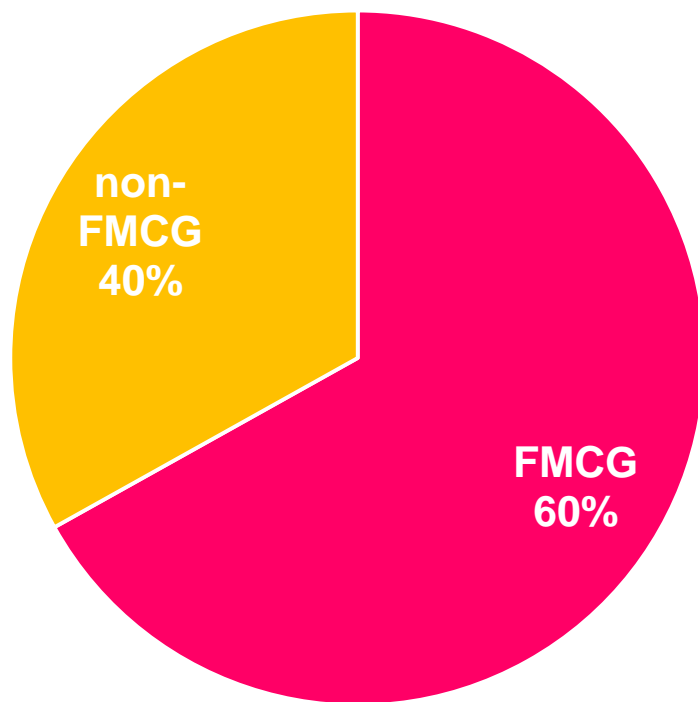


銷售產品分佈 2020FY

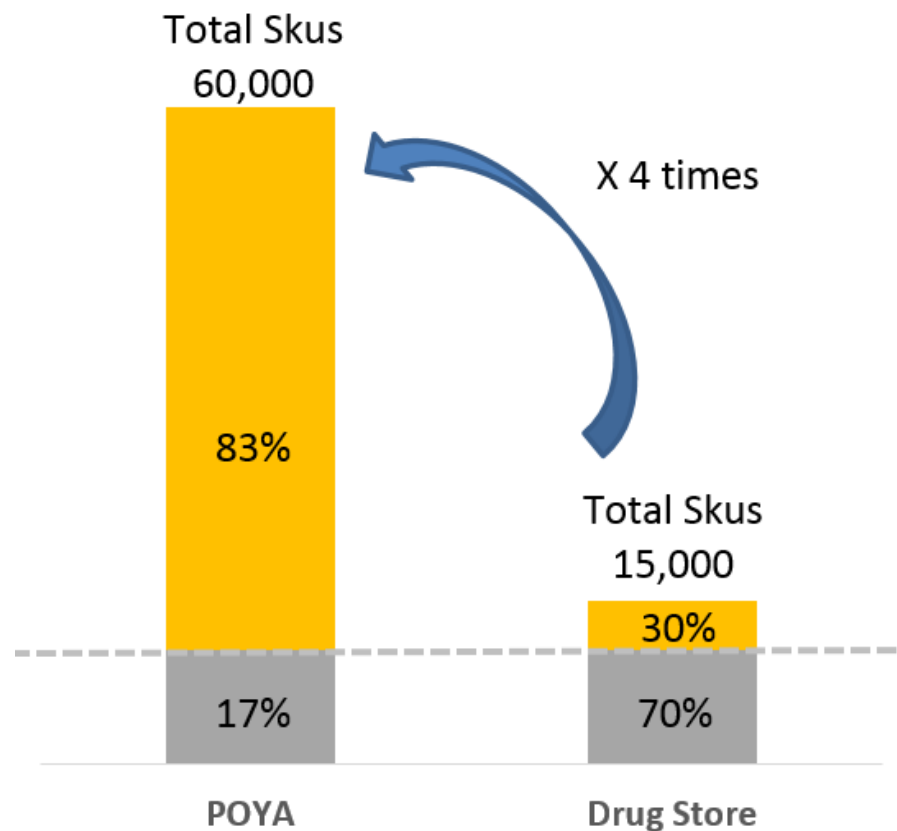


SKU數領先同業

寶雅銷售額占比



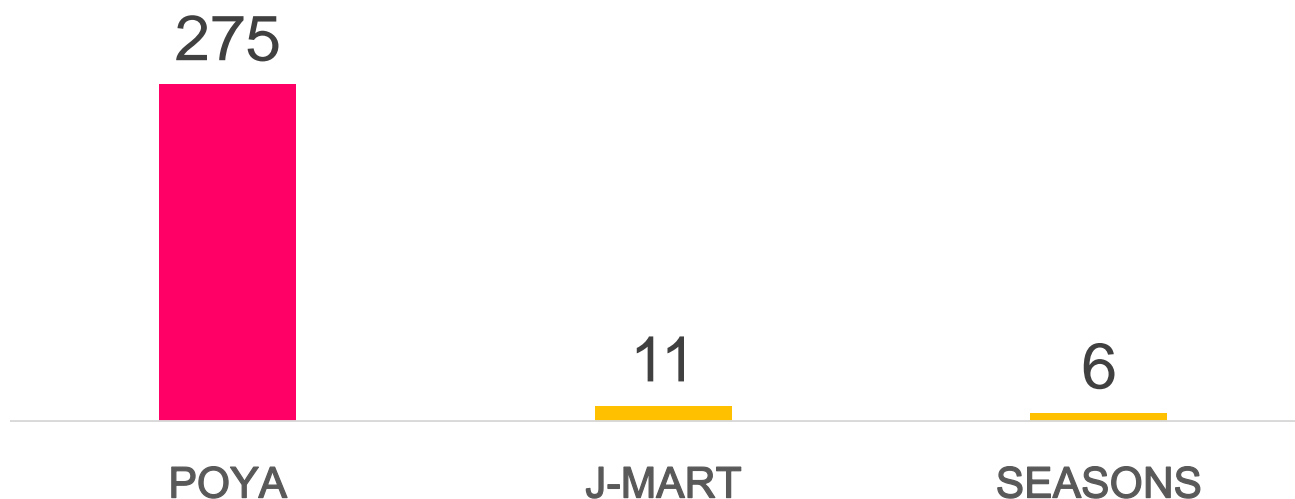
SKUs



寶雅市占率 NO.1

店家數

Store numbers/year	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021.10
POYA	131	157	177	201	230	260	275
MIRADA	27	30	29	26	25	0	0
A+1	5	5	5	0	0	0	0
J-MART	8	8	9	11	10	11	11
SEASONS	11	9	9	8	7	6	6
Total	182	209	229	246	272	277	292
POYA market share%	72%	75%	77%	82%	85%	94%	94%



經營策略

- ❑ 店鋪與品牌升級: 設立化妝區與熱銷展區
- ❑ 優化商品組合
- ❑ 展店計畫
- ❑ 物流體系
- ❑ 發展第二品牌 - 寶家
- ❑ OMO 線上整合線下策略 (online merge offline)



持續店鋪與產品升級- 設立化妝區



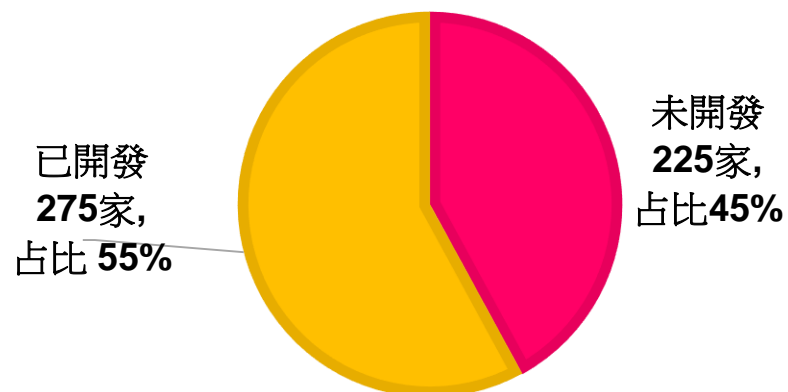
持續店鋪與產品升級 — 設立熱銷展區



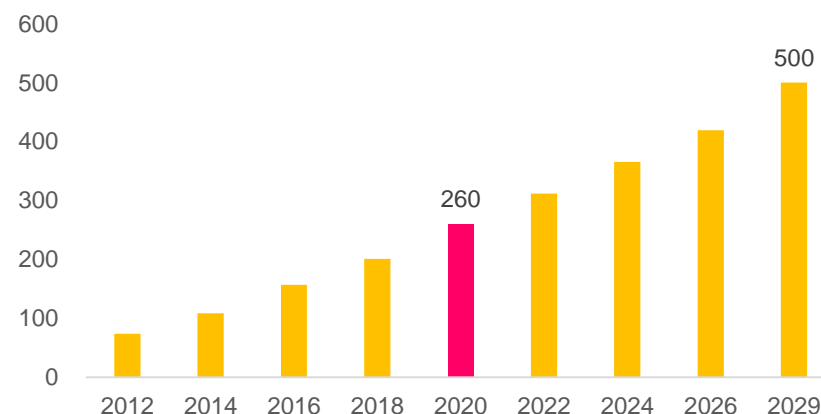
寶雅整體潛在市場

- 1.每4萬人口可開出1家店
- 2.台灣2300萬人口，可容納 $2300萬/4萬=575$ 家店
- 3.估計有效店數： $575*70%=400$ 家店 (考量到山區，取70%為有效參數)
- 4.潛在市場: 40家mall店 + 60家小型店家在未開發的郊區
- 5.整體市場規模：500家店

* 此表不包含寶家。



POYA Expansion Plan (stores)





寶家 POYA HOME

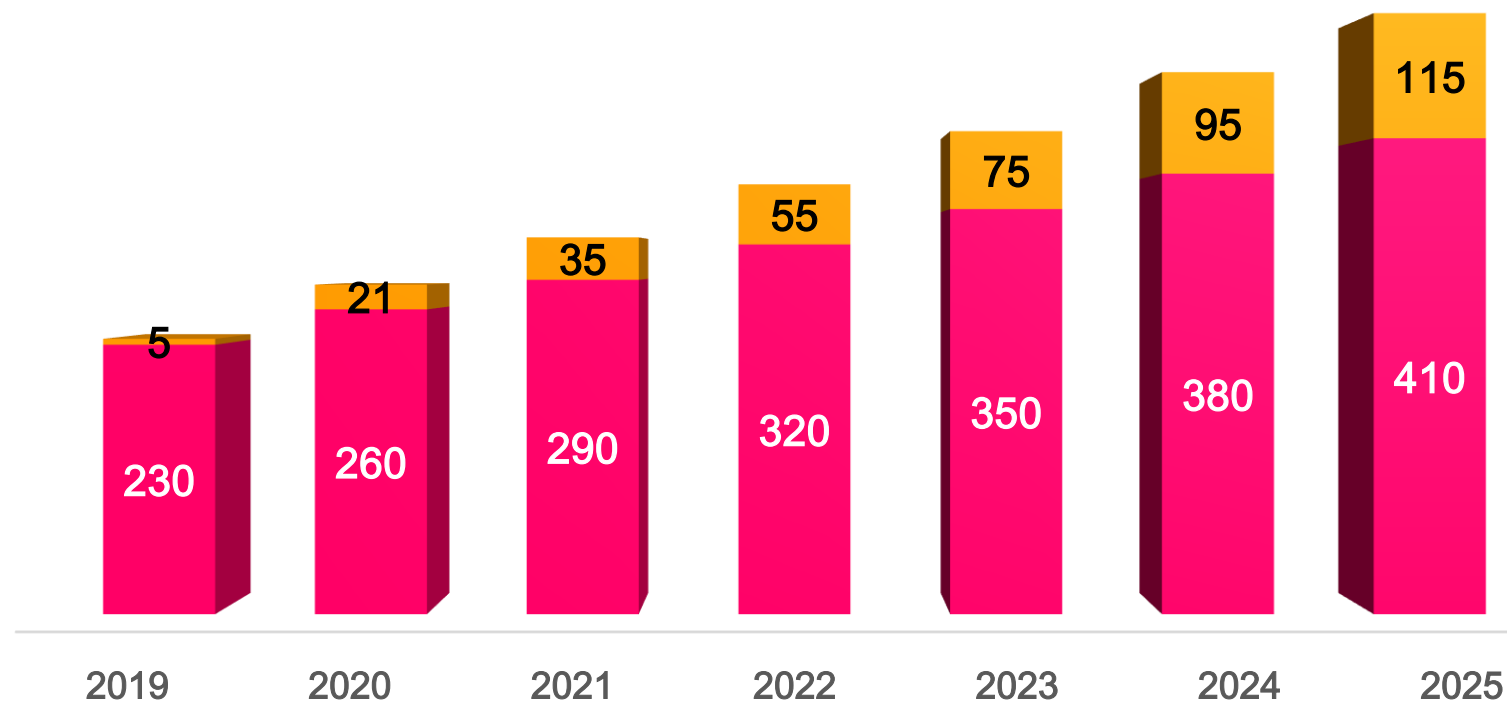


Store Expansion Plan

店家數

■ POYA

■ Poya Home



Total->

235

281

325

375

425

475

525

物流體系

□ 桃園物流中心:

- 支援店數: 200 家
- 2019年1月開始營運

□ 高雄物流中心:

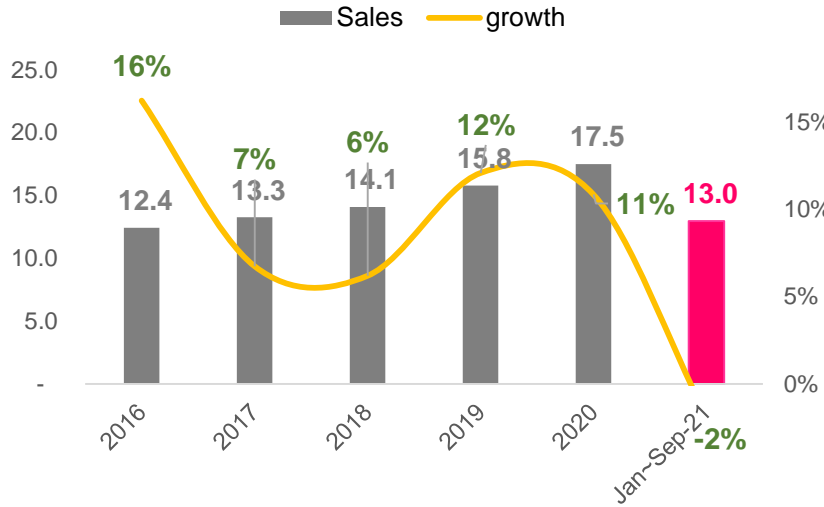
- 支援店數: 200 家
- 於2017年7月開始營運



Financials

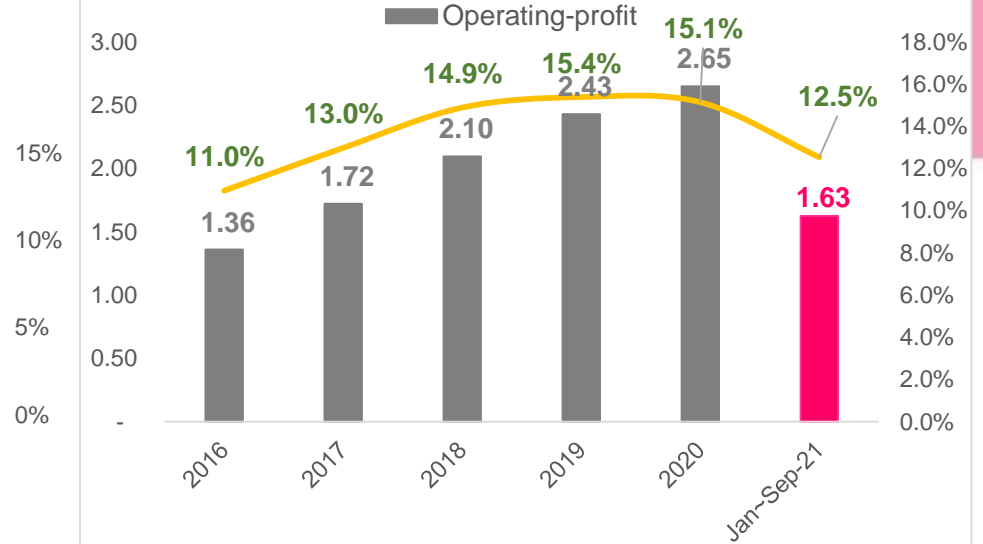
Sales

(Unit: NT\$ billion)



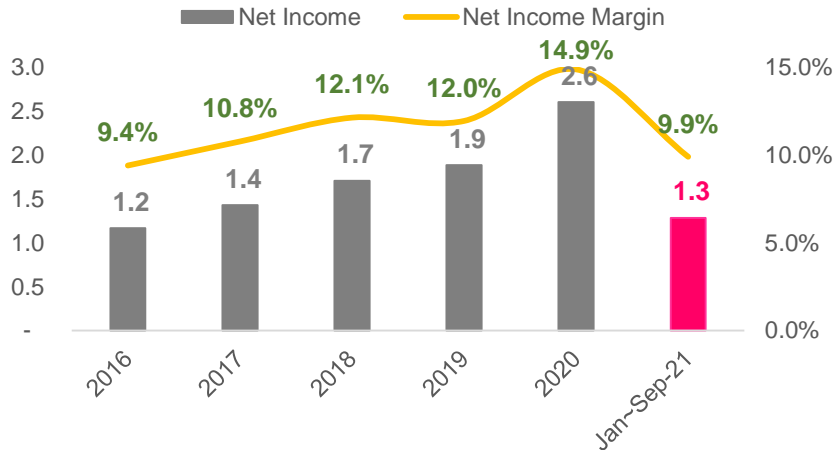
Operating Profit

(Unit: NT\$ billion)



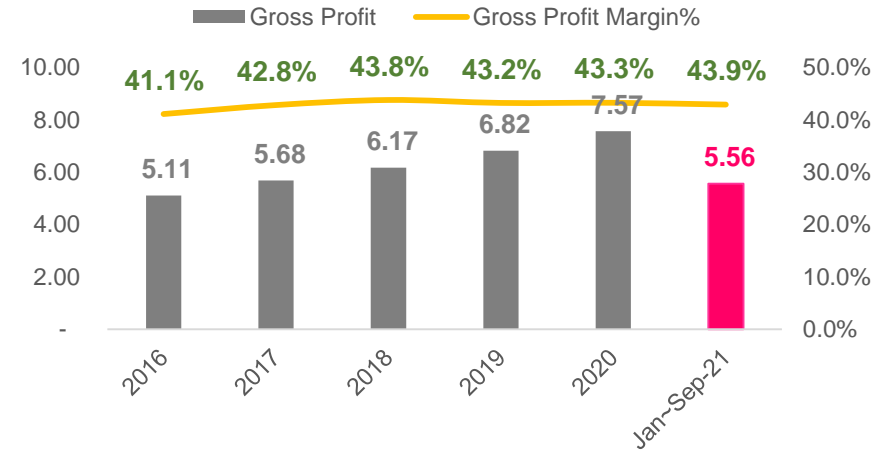
Net Profit

(Unit: NT\$ billion)



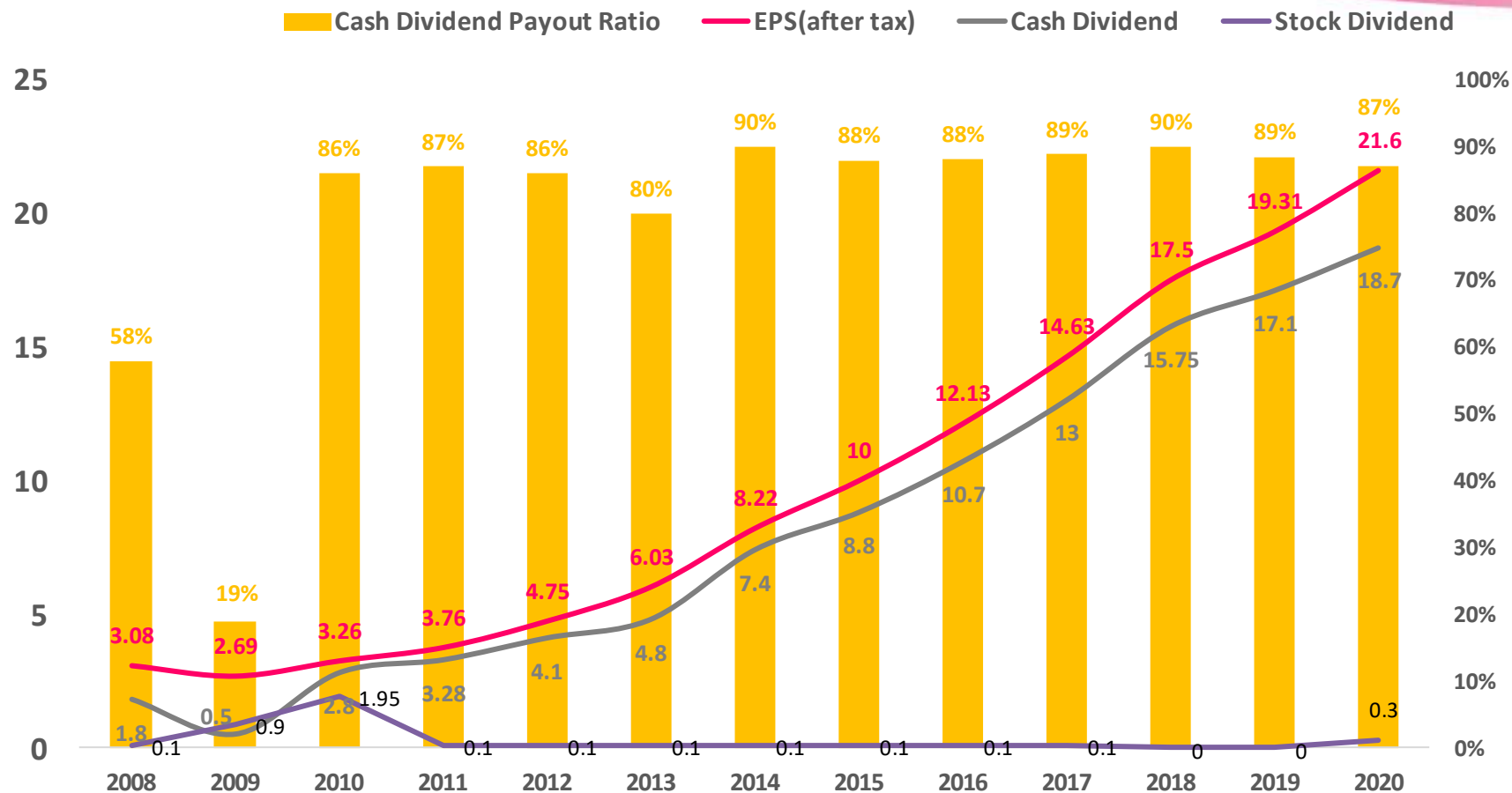
Gross Profit

(Unit: NT\$ billion)



股利政策

- 現金股利為主



THANK YOU