

TAIWAN'S NO. 1 MEDICAL SKINCARE



達爾膚生醫科技 簡介
Presented by Eric Wu
Chairman and CEO
2017

股票代碼：6523



免責聲明

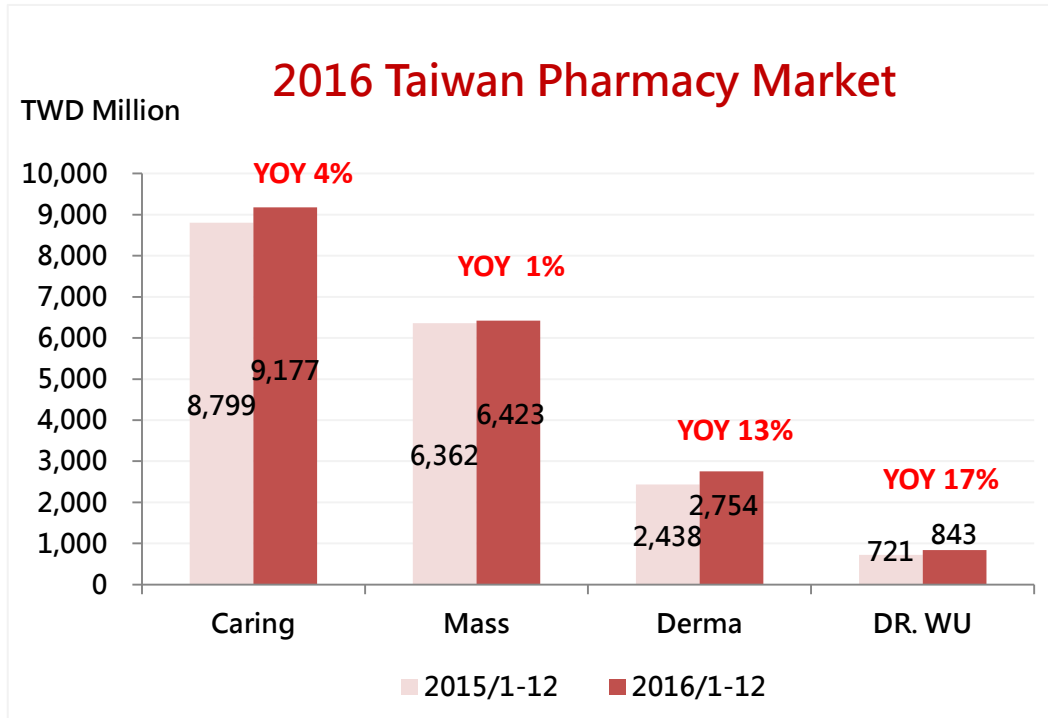
- 本簡報及同時發佈之相關訊息所提及之預測性資訊，包括營運展望、財務狀況及業務預測等內容，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所得之資訊。
- 本公司未來實際產生的營運結果、財務狀況與業務成可能與預測性資訊有所差異，其原因可能來自各種因素，包括但不限於市場需求、各種政策法令與整經濟現況之改變，以及其他本公司無法掌控之風險等因素。
- 本簡報中所提供之資訊，係反應本公司截至目前為止對於未來的看法，並未明示或暗示性地表達或保證其具有正確性、完整性或可靠性。對於簡報內容，未來若有任何變更或調整，本公司不負責更新或修正。

Financial Performance

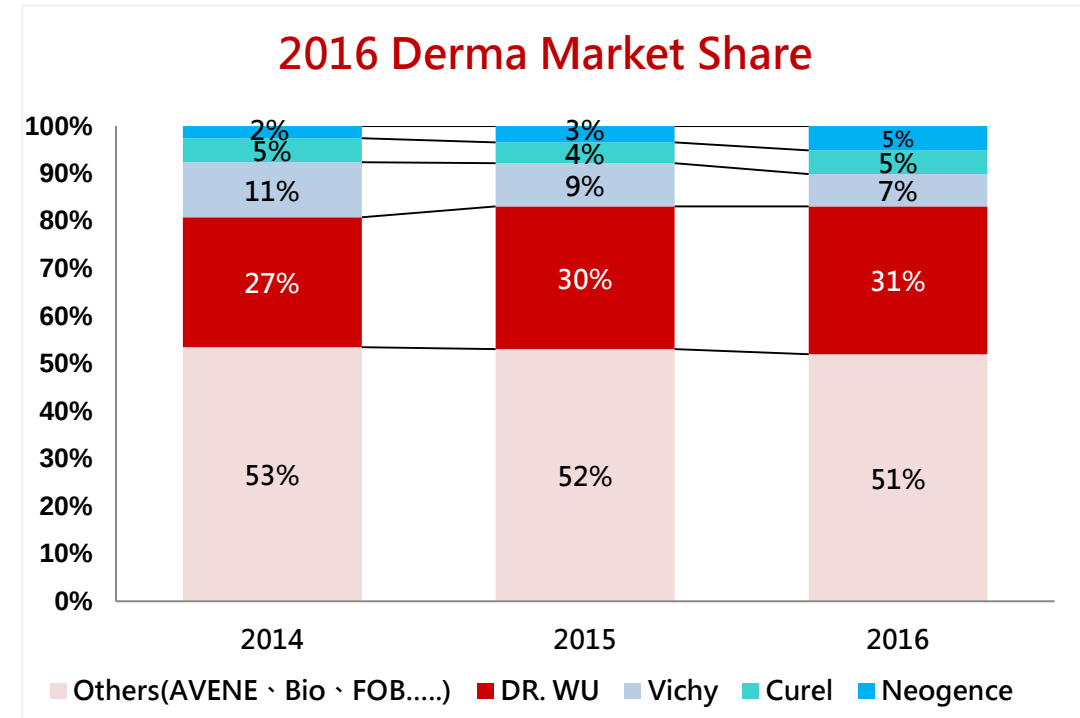
- *Brand Positioning and Competitors*
- *2016 Revenue and Net Margin Updates*
- *Income Statement Summary*
- *Balance Sheet and Key Indices*

Financial Performance

- 2016 Taiwan Skincare Market Overview



SOURCE: AC NIELSEN, the data base of Taiwan pharmacy mark include personal care stores, drugstores, hyper market, super market, CVS and traditional stores.

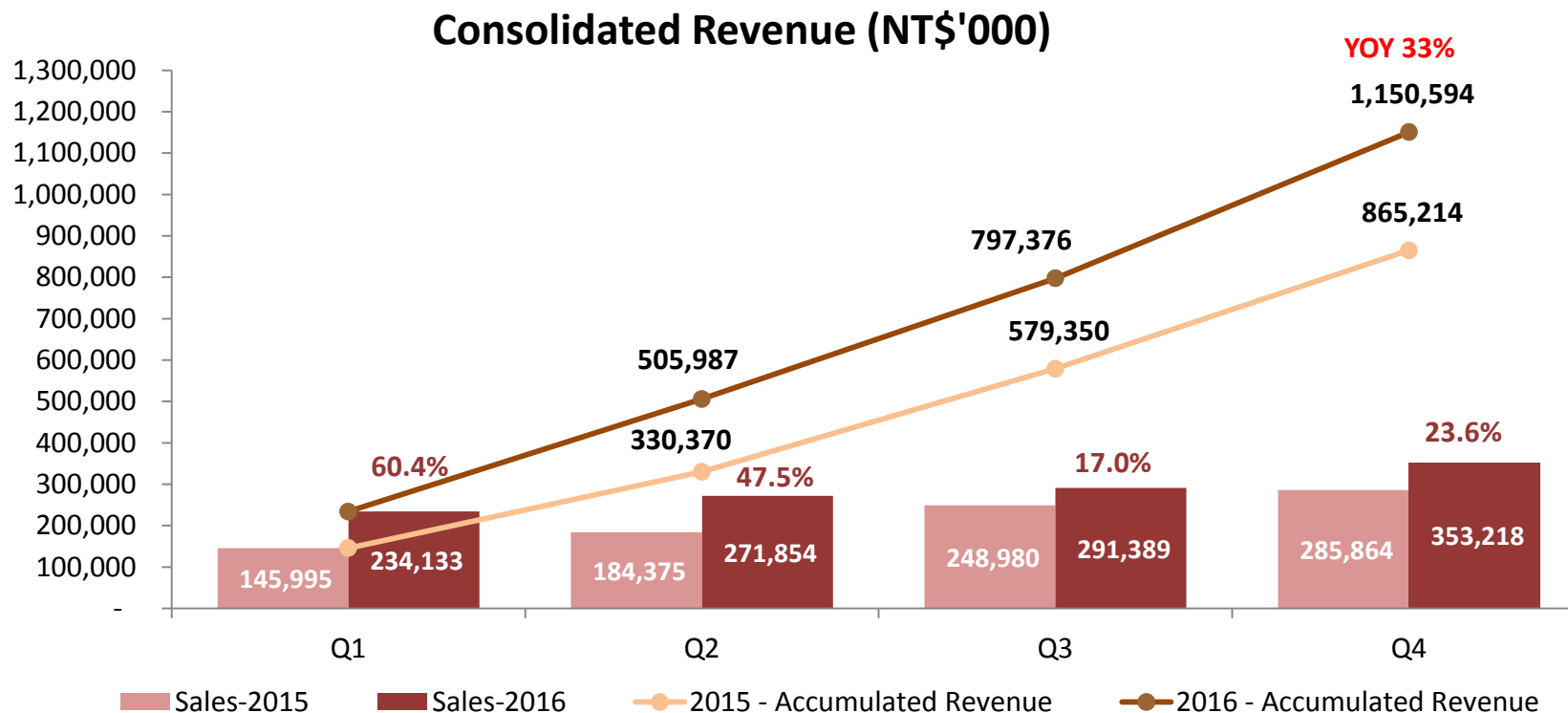


SOURCE: AC NIELSEN, the data base of derma market share include the derma brand sales of personal care stores and drugstores channel.

- 2016年DR.WU藥妝通路銷售額成長**17%**，成長幅度優於醫美品類及整體藥妝市場的表現。
- 2016年DR.WU藥妝醫美市佔率**30%**，維持市佔第一的醫美保養品牌。

Financial Performance

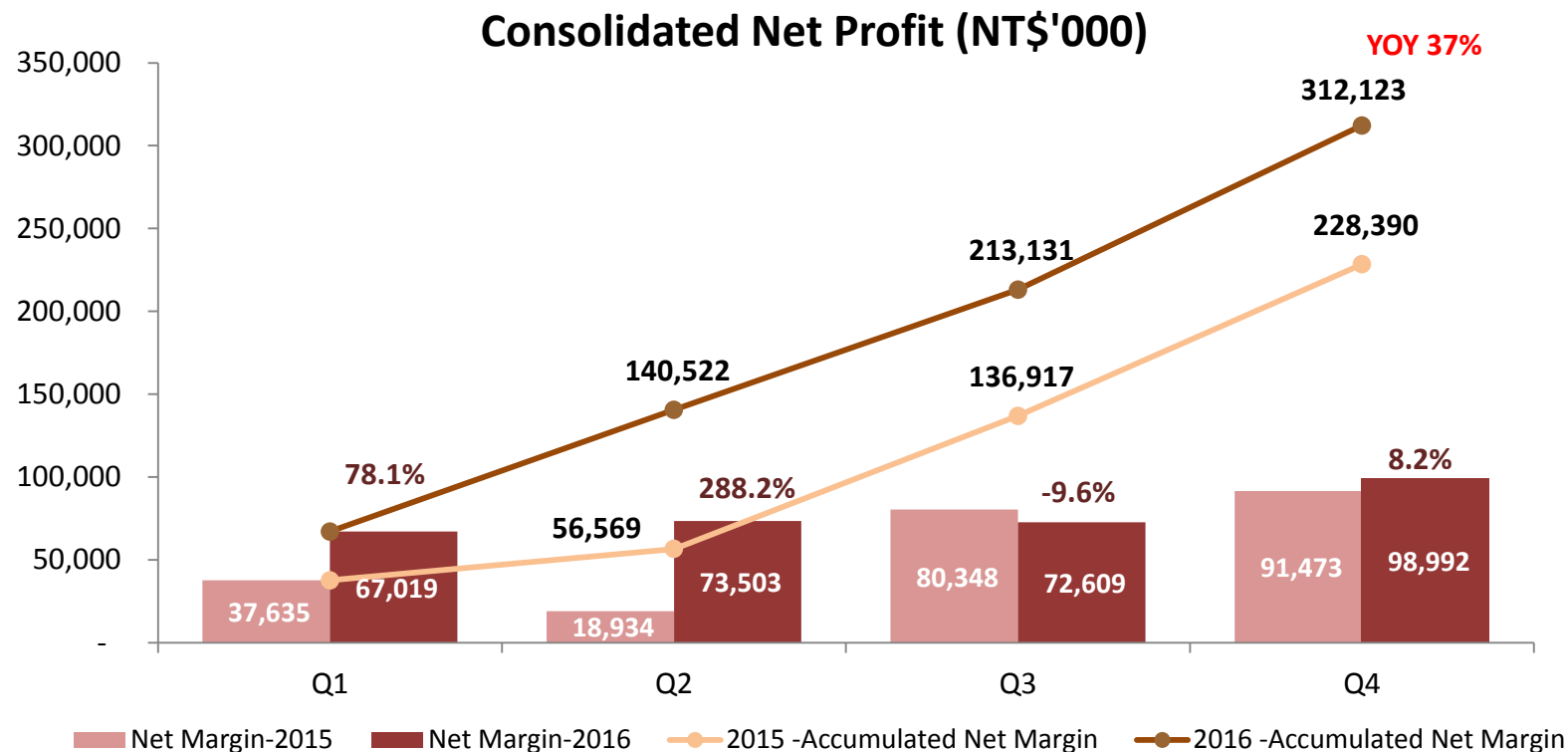
- 2016 Q4 and Full Year Revenue Updates



- 2016Q4營收3.5億成長23.6%，主要來自電商、新增通路與中國成長的貢獻。
- 2016年全年營收11.5億成長33%，成長動能主要來自台灣實體通路穩健成長，國內外新增通路如寶雅及緬甸，中國線上、線下銷售通路擴展，聯合帶動業績維持持續成長。

Financial Performance

- 2016 Q4 and Full Year Net Profit Updates



- 2016年全年本期淨利3.12億，每股盈餘7.06元，優於2015年，主要係隨著營收成長，且營業費用率由於營運效率提高，較去年同期減低所致。

Financial Performance

- Income Statement Summary

Consolidated

Unit: NT\$'000

Item	2014		2015		YOY%	2016		YOY%
	Amount	%	Amount	%		Amount	%	
營業收入Revenue	662,809	100.0%	865,214	100.0%	30.5%	1,150,595	100.0%	33.0%
營業成本Cost of Sales	215,798	32.6%	273,890	31.7%	26.9%	355,088	30.9%	29.6%
營業毛利Gross Profit	447,011	67.4%	591,324	68.3%	32.3%	795,507	69.1%	34.5%
營業費用Operating Expenses	197,852	29.9%	326,283	37.7%	64.9%	412,765	35.9%	26.5%
營業利益Operating Profit	249,159	37.6%	265,041	30.6%	6.4%	382,742	33.3%	44.4%
營業外收支 Non-Op Income & Expenses	43,970	6.6%	8,399	1.0%	-80.9%	-7,873	-0.7%	-193.7%
稅前淨利Profit Before Taxes	293,129	44.2%	273,440	31.6%	-6.7%	374,869	32.6%	37.1%
所得稅費用Income Tax Expense	53,885	8.1%	45,050	5.2%	-16.4%	62,746	5.5%	39.3%
本期淨利Net Profit	239,244	36.1%	228,390	26.4%	-4.5%	312,123	27.1%	36.7%
EPS (NT\$)(註)	5.74	-	5.40	-	-	7.06	-	-

註：係以增資後股數追溯調整計算

Financial Performance

- Balance sheet & key Indices

Consolidated

Unit: NT\$'000

Item	2014.12.31	2015.12.31	2016.12.31
現金及約當現金 Cash and Cash Equivalents	294,031	286,476	870,206
應收帳款 Accounts Receivable	150,567	163,350	220,262
存貨 Inventories	94,705	113,347	147,588
其他金融資產 Other Financial Assets	431,000	430,212	895,179
資產總計 Total Assets	1,023,521	1,068,585	2,244,170
負債總計 Total Liabilities	125,928	112,848	194,559
權益總計 Total Shareholders' Equity	897,593	955,737	2,049,611
重要財務指標 Key Indices			
平均收現日數 A/R Turnover Days	62	79	61
平均銷貨日數 Inventory Turnover Days	132	146	143
平均付現日數 A/P Turnover Days	44	45	46
負債比率 Liability Ratio (%)	12	11	9
權益報酬率 ROE(%)	34	25	21
營業活動之淨現金流入 Cash from OP activities	176,220	166,449	281,054

Our Future Prospects

- *Growth Strategy*
- *Market Expansions/China Updates*
- *New Product Development*
- *Branding Innovation*

Our Future Prospects

- Growth Strategies: 1 Omni-Channel, 2 Concept Products, 3 Thematic Marketing

Omni-Channel

- 建立**全渠道通路**，提供消費者全方位服務，提升顧客滿意度及忠誠度，並在未來二年積極擴展中國大陸與東協市場

Concept Products

- 研發醫美**領先概念產品**，驅動微整保養潮流，並增加產品線的廣度及深度，維持每年15%產品更新率

Thematic Marketing

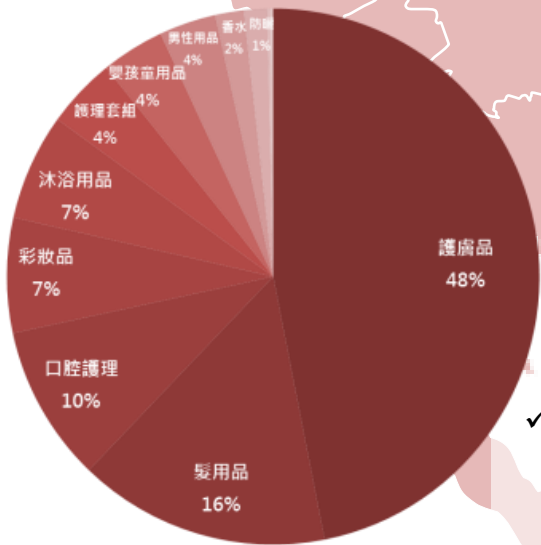
- 結合專業醫美概念衍伸**主題式行銷**，採多位名人活動代言進行360度全方位行銷策略，加深品牌推廣力度

Market Expansion: Expansion Strategy

- Global Skincare Market Potential

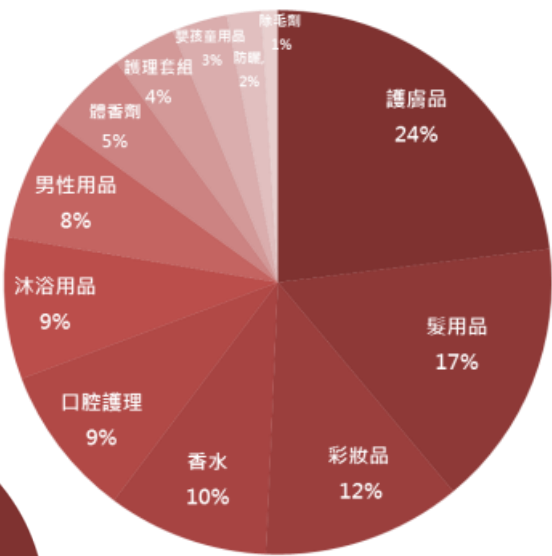
✓ 中國護膚品市場6,932億
為台灣的13倍

中國銷售品項佔比



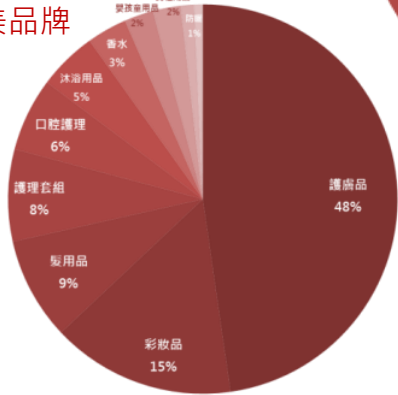
✓ 全球護膚品市場3.3兆
為台灣的62倍

全球銷售品項佔比



✓ 台灣護膚品市場541億
DR.WU-台灣NO 1.醫美品牌

台灣銷售品項佔比



✓ 東協六國護膚品市場1,570億
為台灣的2.9倍
泰國Thailand
菲律賓Philippines
越南Vietnam
柬埔寨Cambodia
印尼Indonesia

Channel		2013	2014	2015	15-'13
Store-Based Retailing	Grocery Retailers	14%	14%	14%	-0.4%
	Department Stores	31%	31%	31%	0.4%
	Beauty Specialist	6%	6%	6%	-0.3%
	Parapharmacies/Drugstor	14%	13%	13%	-0.9%
	SubTotal	65%	64%	63%	-1.3%
Non-Store Retailing	Direct Selling	15%	15%	15%	-0.4%
	Internet Retailing	13%	13%	14%	1.1%
	Homeshopping	8%	8%	8%	0.6%
	SubTotal	35%	36%	37%	1.3%
Total		100%	100%	100%	0.0%

Market Expansion: Distribution Channel

- Regional Sales Channel Distribution Updates

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

線上線下通路完整布局，積極發展大陸及海外市場
具多元通路管理經驗及知識



實體通路 - 台灣

藥妝通路

屈臣氏(520)
康是美(400)
佑全/健康人生藥局(45)

百貨通路

遠百板橋店
遠百寶慶店
高雄大遠百(New)

美妝通路

台灣莎莎(23)
寶雅(145) (New)

其他

昇恆昌/采盟(13)
英爵醫美診所(4)

虛擬通路 - 台灣

官網DRWU.COM
雅虎購物中心YAHOO
富邦MOMOSHOP
網路家庭PCHOME
博客來BOOKS
PAYEASY, 7net
ETMALL

海外通路

香港 澳門 (367)
新加坡(52)
馬來西亞(66)
美國 (10)
加拿大 (25)
紐西蘭
緬甸(7)(New)

大陸通路

電子商務

天貓旗艦店TMALL
淘寶分銷TAOBAO
聚美旗艦店JUMEI
唯品會VIP.COM (New)
京東JD.COM
跨境電商

百貨通路

上海專櫃(2)
北京專櫃(4) (New)

美妝通路

妍麗FIONA (40)
美顏坊MYFACE (10)
LILYSTAR (10)
屈臣氏Watsons (New)

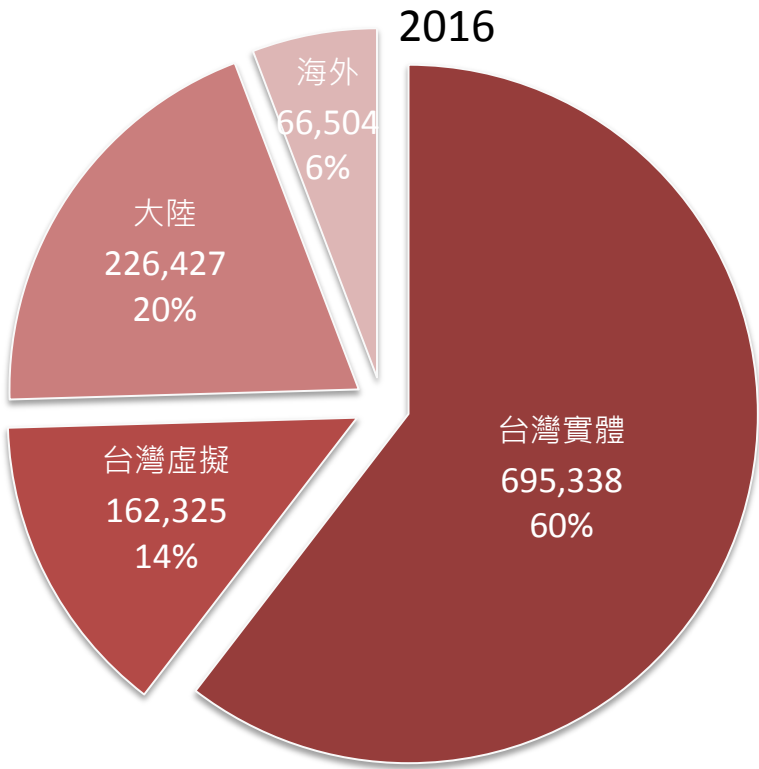
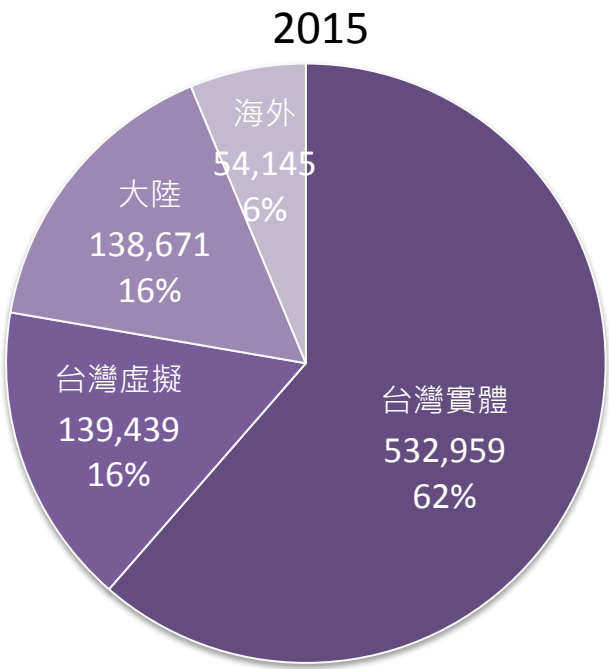
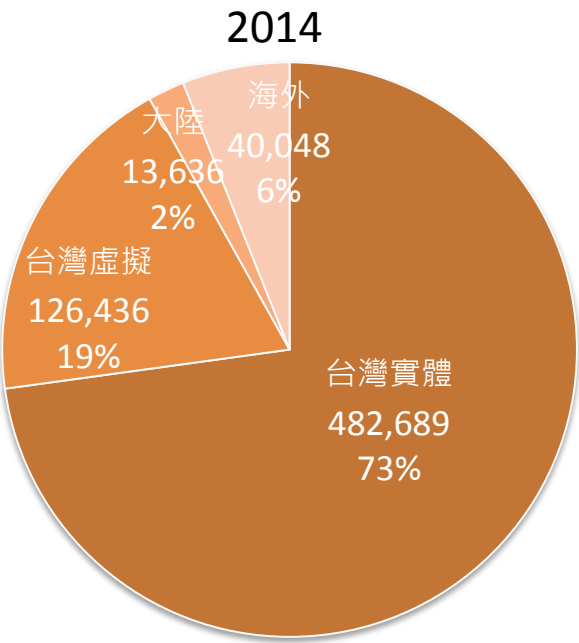


Direct
One Level
Two Level

Market Expansion: Distribution Split

- Sales Contribution by Channel

2014-2016，大陸市場的營收貢獻由2%增加到20%，2016年台灣實體通路也呈現強勁的成長



NTD 000

通路別	2014	2015	2016	YOY
台灣實體	482,689	532,959	695,338	30%
台灣虛擬	126,436	139,439	162,325	16%
大陸	13,636	138,671	226,427	63%
海外	40,048	54,145	66,504	23%
Total	662,809	865,214	1,150,594	33%

Market Expansion: Channel Strategy in China

- Online First Offline After Expansion



Market Expansion: Channel Expansion in China

- 2017 Entry Plan in WATSONS



Wall Unit



Counter



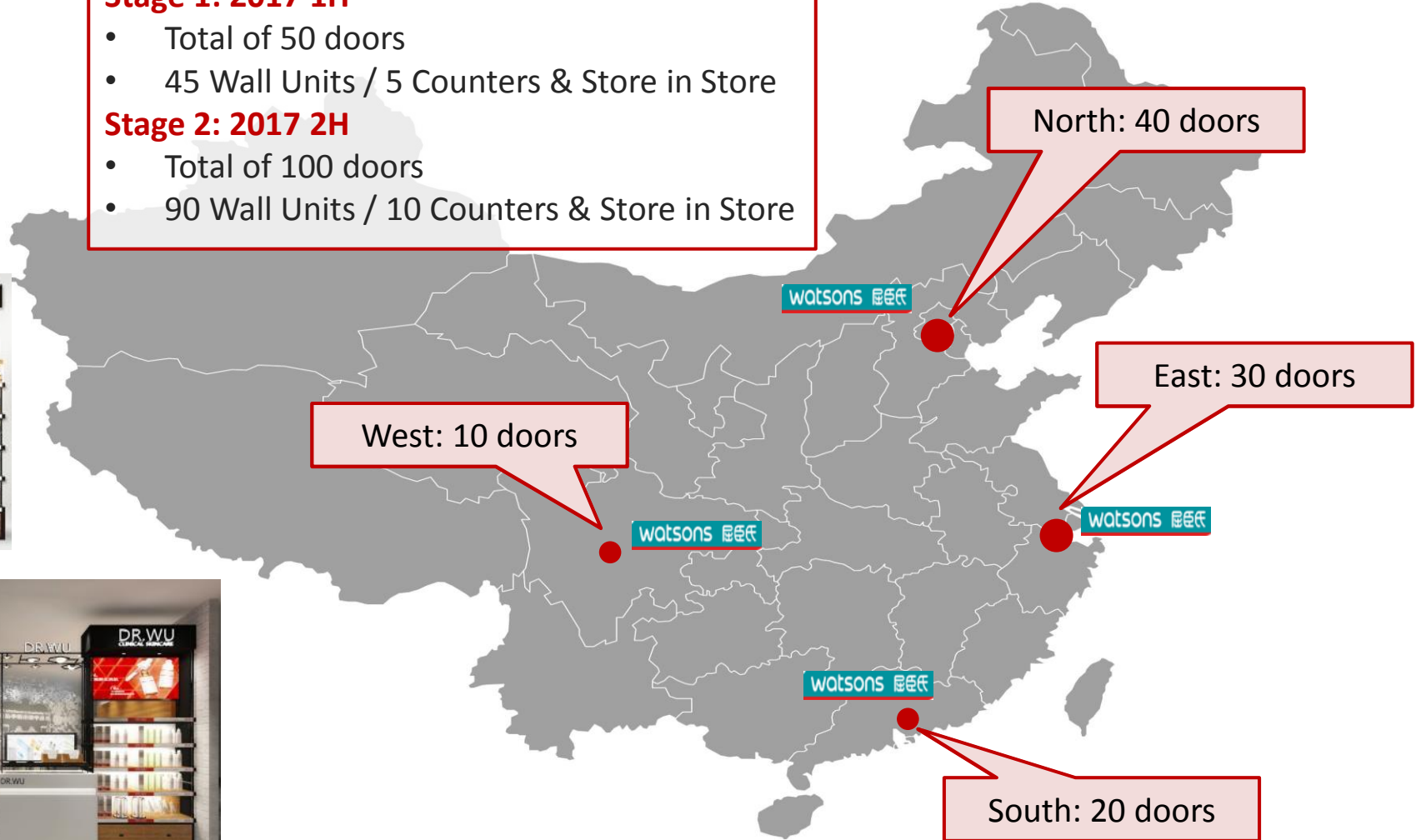
Store in Store

Stage 1: 2017 1H

- Total of 50 doors
- 45 Wall Units / 5 Counters & Store in Store

Stage 2: 2017 2H

- Total of 100 doors
- 90 Wall Units / 10 Counters & Store in Store



China Updates: Strategy 1 - Focus on One Star Product

- Focus on Pore Control / Acne Prone problems with Mandelic Acid 6%

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

No.1



杏仁酸溫和煥膚精華

- ✓ 主推單一明星商品 快速抓住消費者眼球
- ✓ 透過產品的高效能迅速吸引顧客的興趣
- ✓ 快速建立DR.WU在中國的**品牌認知及知名度**

**T-mall NO.2 2015 best skincare brand
of first-tier cities university students**



China Updates: Strategy 2 - Celebrity Brings Eye Balls

- Brand Endorser for 2016: Hannah Quinlivan

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

Continue Endorser in 2016, DR.WU has Successfully Enhanced Brand Awareness throughout ASIA:

與亞洲天王周杰倫的世紀婚禮、隨即傳出懷孕而後生子的一連串喜訊引發網友熱烈討論並吸引了更多追隨者關注的目光



Videos of Hannah sharing her beauty tips using DR.WU Serum and Mask during New York Fashion Week

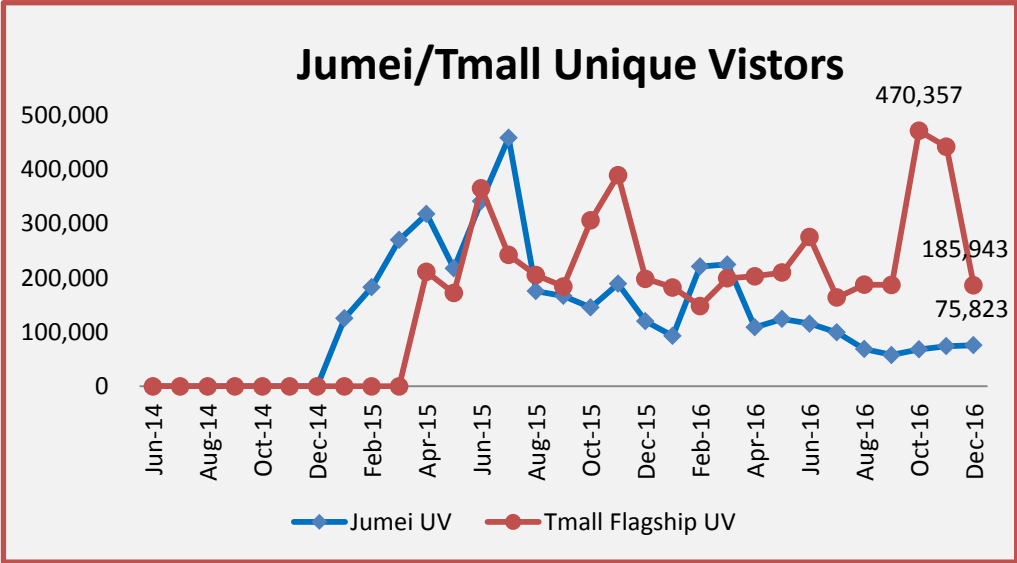
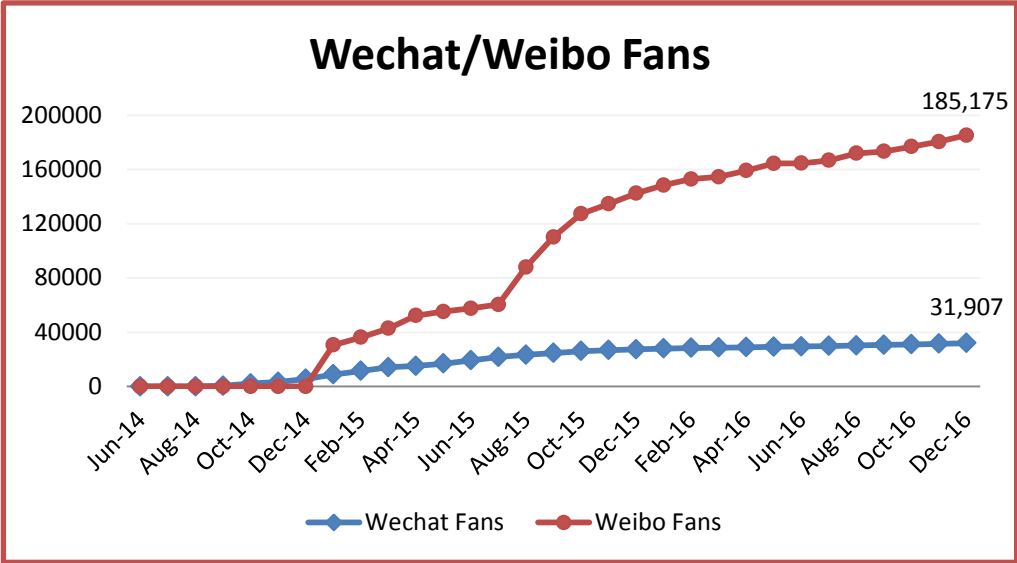
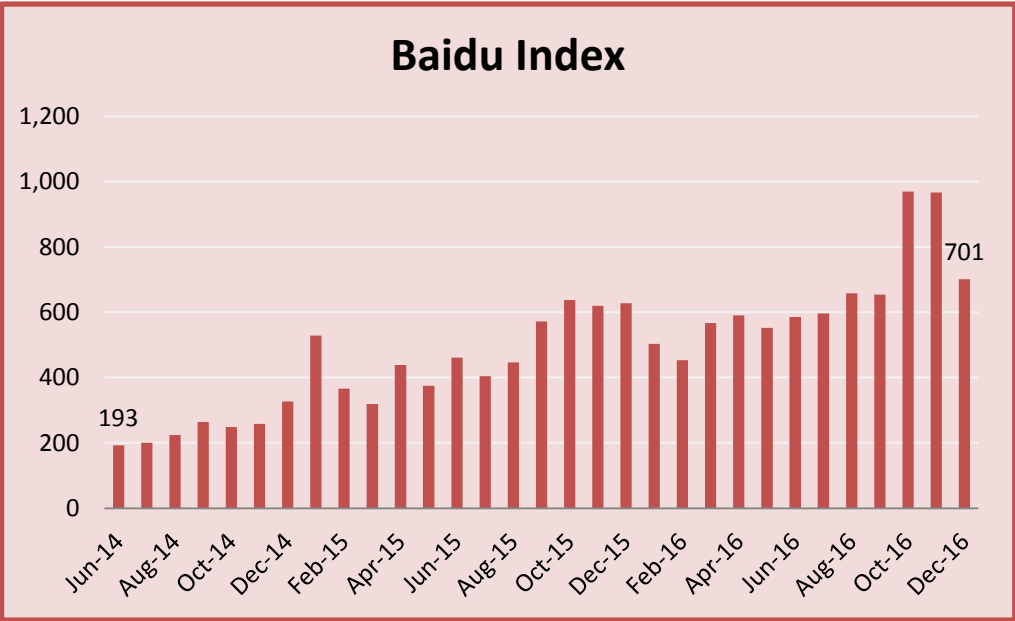
紐約時尚周影片引起34,822,000次的點閱率，大幅提昇DR.WU知名度及曝光率



Market Expansion: Growing Brand Awareness in China

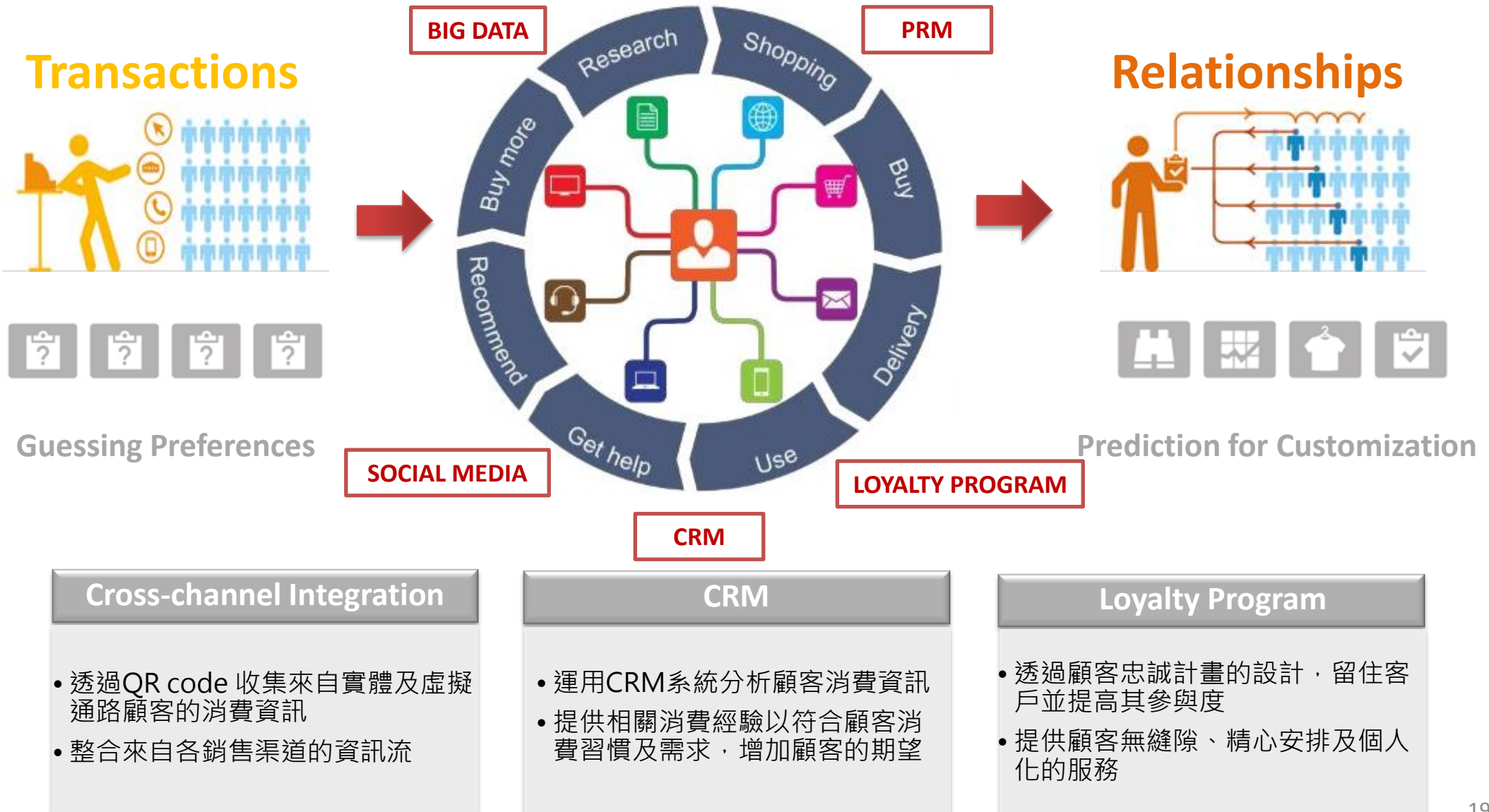
- Baidu/Weibo/Wechat and UV indices

品牌具高知名度、高口碑、高消費者信賴度
媒體報導、粉絲人數及搜尋指數快增長



Market Expansion: Omni-Channel Strategy

- From Transactions to Relationships



New Product Development: Complete Product Lines

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

- Complete Product Lines: 12 Key Lines x 68 sku

HYALUCOMPLEX HYDRATING SYSTEM 玻尿酸保濕系列		x11 35%
MANDALIC RENEWAL SYSTEM 杏仁酸煥膚系列		x7 25%
AGEVERSAL REPAIRING SYSTEM 超逆齡修復系列		x6 12%
VITAMIN C + WHITENING SYSTEM VC+微導美白系列		x6 7%
ACNECUR ANTI-ACNE SYSTEM 皮脂調理系列		x5
CAPSULE MASK 膠囊面膜系列		x8
DR.WU CLINICAL SKINCARE 12 SERIES- 68 SKU Average Retail Price 800-1500		
BASIC CARE SYSTEM 基礎護理系列		x3
UV PROTECT SUNCARE SYSTEM 全方位防護系列		x6
MINERAL MAKE UP 礦質無瑕底妝系列		x3
PREMIUM SKINCARE 極致頂級保養系列		x6
SKINCARE FOR MEN 男士速效保養系列		x5
FIRST AID SERIES 急救護理系列		x2

New Product Development: 2016

- Launch 19 Products and Received 16 Beauty Awards

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

- ✓ 2016推出**15項新品及5項限量產品**，超過15%產品更新率
- ✓ 膠囊面膜是近年最成功的新產品線，2016年大幅成長75%



XYZ 膠囊面膜



男士玻尿酸保濕
潔顏慕絲



VC微導美白全系
列升級



**Sales NO.1 of
Yahoo Single day**



玻尿酸冰河保
濕噴霧



杏仁酸溫和煥
膚精華



超逆齡修復系列
新品

New Comers:

榮獲16項國內外美妝大賞

獲得各大媒體美容大賞的獎項肯定, 包括BAZAR, FG, UrCosme, BEAUTY, Yahoo, 儂儂, InStyle Best Beauty Buys, SIMPLY HER GREAT SKIN AWARD



New Product Development: 2017

- 2017 New Products and Continue to Elevate Existing Series

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

- 每年15%產品更新率
- 持續開發高效能、無添加的醫美保養品
- 增加產品線的廣度及深度，並擴展產品應用範圍及消費客群



Mineral Make-up:

第一款醫美級精華氣墊粉餅，運用微晶礦物粉體智慧調光校色，添加17種植萃精華，妝感自然透光無瑕

Ultra Potency Concentrate :

運用醫美活性成分，開發類微整醫美護膚保養之精華安瓶，有效發揮醫學美容功效，適合居家醫學美容保養

Earth Resource Mask:

運用專利創新珍稀植物成分，開發一系列高機能面膜，改善各類問題肌膚，繼明星商品膠囊面膜後的面膜再突破

持續進化升級既有系列配方



Branding Innovation: 360° Marketing Theme

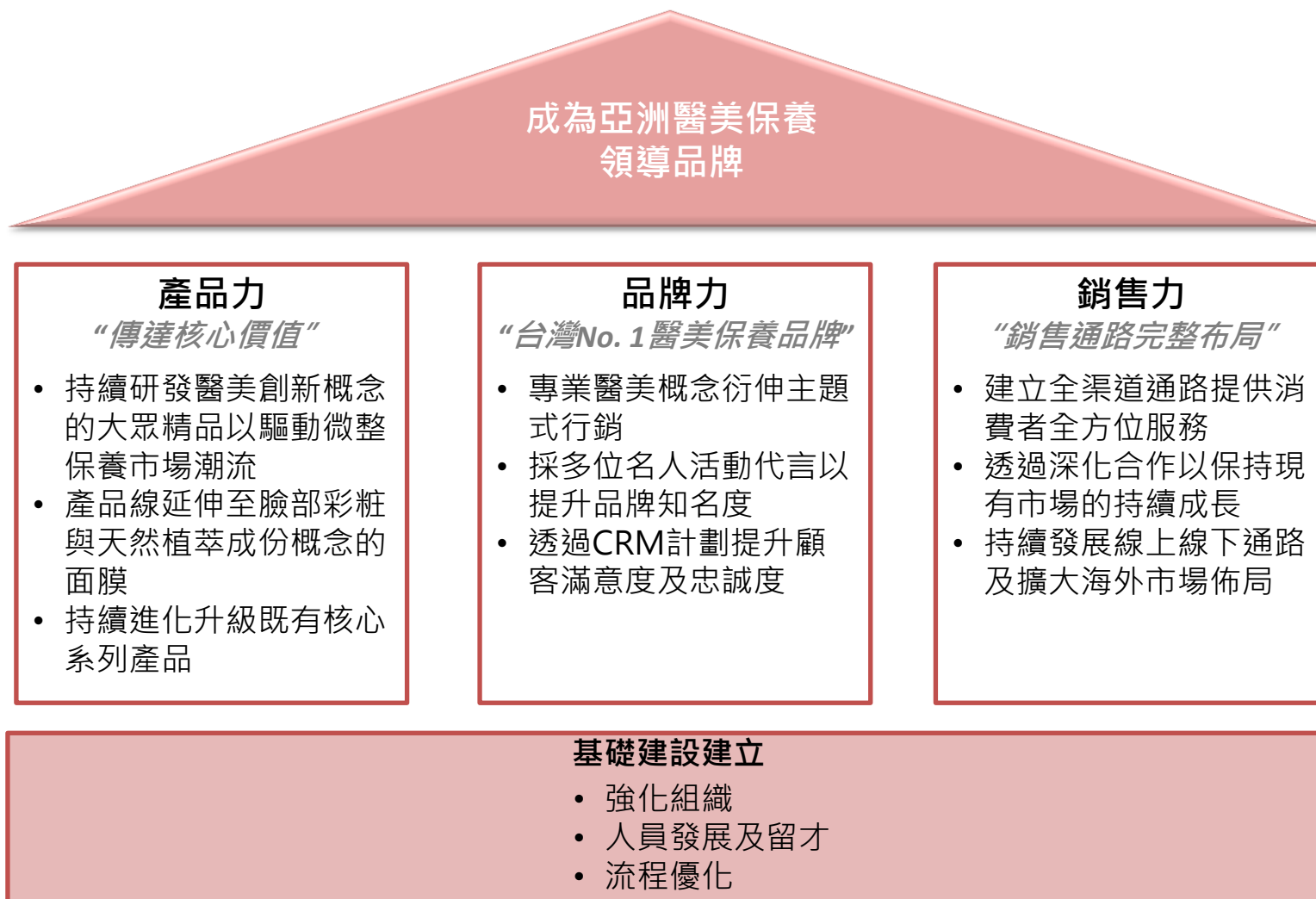
-2017 Big Idea "DR.WU Derma Academy"

DR.WU
CLINICAL SKINCARE



Our Future Prospects: Strategy Building Blocks

- Product innovation, Profit growth, and Market leading



*“Your Personal Doctor
For Your Perfect Skin”*

-DR.WU

發言人 杜喬葦 財務長 ext. 83

代理發言人 邱鳳鈴 財務經理 ext. 36

TEL : +886-2-2369-9888

Mobile : +886-905-685-503

E-mail : ir@drwu.com