

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。

DR.WU – TW's No.1 Medical Skin Care Brand

- Quick Facts About Us

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

- 成立日期：2003/3/10
- 上櫃日期：2016/6/16
- 主要產品：醫美保養品，12 個產品系列
70件單品
- 銷售據點：8個國家 1600 個銷售據點
- 集團員工人數：120人
- 實收資本額：4.58億元
- 總公司：台北市羅斯福路二段102號5樓
- 上海分公司：上海市靜安區南京西路1266
號21樓
- 市值：US\$ 280 mn



DR.WU – TW's No.1 Medical Skin Care Brand

- Our Philosophy About Skincare

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

DR.WU致力於開發一系列高效能低敏感的肌膚保養產品，抱持著不斷創新求精的態度、善用醫學專業與先進科技，打造獨一無二的自有保養品牌。以簡單快速的方式為各類肌膚問題提出最有效的解決方案，進而藉由外表的改善強化自我的認同與自信。同時透過對品質與服務的追求，帶動台灣保養品產業整體的向上成長。



DR.WU – TW's No.1 Medical Skincare Brand

- Brand Origin of DR.WU

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

「以最簡單有效的方式，
來創造最完美無瑕的肌膚」
--這也是DR.WU品牌的精神與目標。



DR. Wu Ying-Chin



Eric Wu, Chairman & CEO

亞洲權威皮膚科醫師

DR.WU 品牌創始人- 吳英俊

台大醫院皮膚科臨床教授

英爵聯合診所院長

- 1978年 開設了第一家皮膚專科診所
- 1981年 代表國科會至法國國家研究中心進行皮膚醫學實驗
- 1990年 設立醫學美容療程，並自製皮膚科外用藥及導入液配方
- 1996年 研發出第一代居家用醫療級美白精華液

1.5代創業家

DR.WU 企業創辦人- 吳奕叡

畢業於美國哥倫比亞大學理工學系

政大企業家管理研究班33屆

- 1998年 PwC資誠會計事務所，財務分析師
- 2001年 歸國加入AIG投資從事創業投資領域
- 2003年 並協助家業全主導設立聯合診所
- 2003年 創立DR.WU品牌，全心投入醫美產業

DR.WU – TW's No.1 Medical Skincare Brand

- The Milestones of DR.WU

DR.WU
CLINICAL SKINCARE



DR.WU – TW's No.1 Medical Skincare Brand

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

- Competitive Advantages and Our Success Formula

Our Success Formula & Differentiation

產品力

定位中高價位、高效能
高品質、快速創新之保
養護膚品

- 以亞洲權威皮膚科醫師之豐富臨床經驗及獨家配方為基礎
- 擁有完整產品線且系列廣泛(週期, 風險分攤, 綜效), 多達12個保養系列
- 以每年15%產品更新率為目標, 新品推出速度領先同業
- 與國際原料大廠合作關係密切, 並運用先進科技及專利活性成分
- 嚴謹品質管理, 堅持「無添加、不含酒精、高濃度、高等成分、高安全性」五大研發標準

品牌力

品牌居領導地位、高知
名度、高差異化、高消
費者忠誠度

- 創始人為亞洲權威皮膚美容專家, 台大醫院皮膚科臨床教授吳英俊醫師
- 品牌為市場領導者: 台灣銷售第一及最早進入醫美保養品市場之品牌
- 亞洲地區少數真正源自專業皮膚科醫師及診所的醫美保養品牌
- 品牌具高知名度、高口碑、高消費者信賴度, 屢獲各媒體美容獎項肯定

銷售力

線上線下銷售通路完整
布局、銷量領先

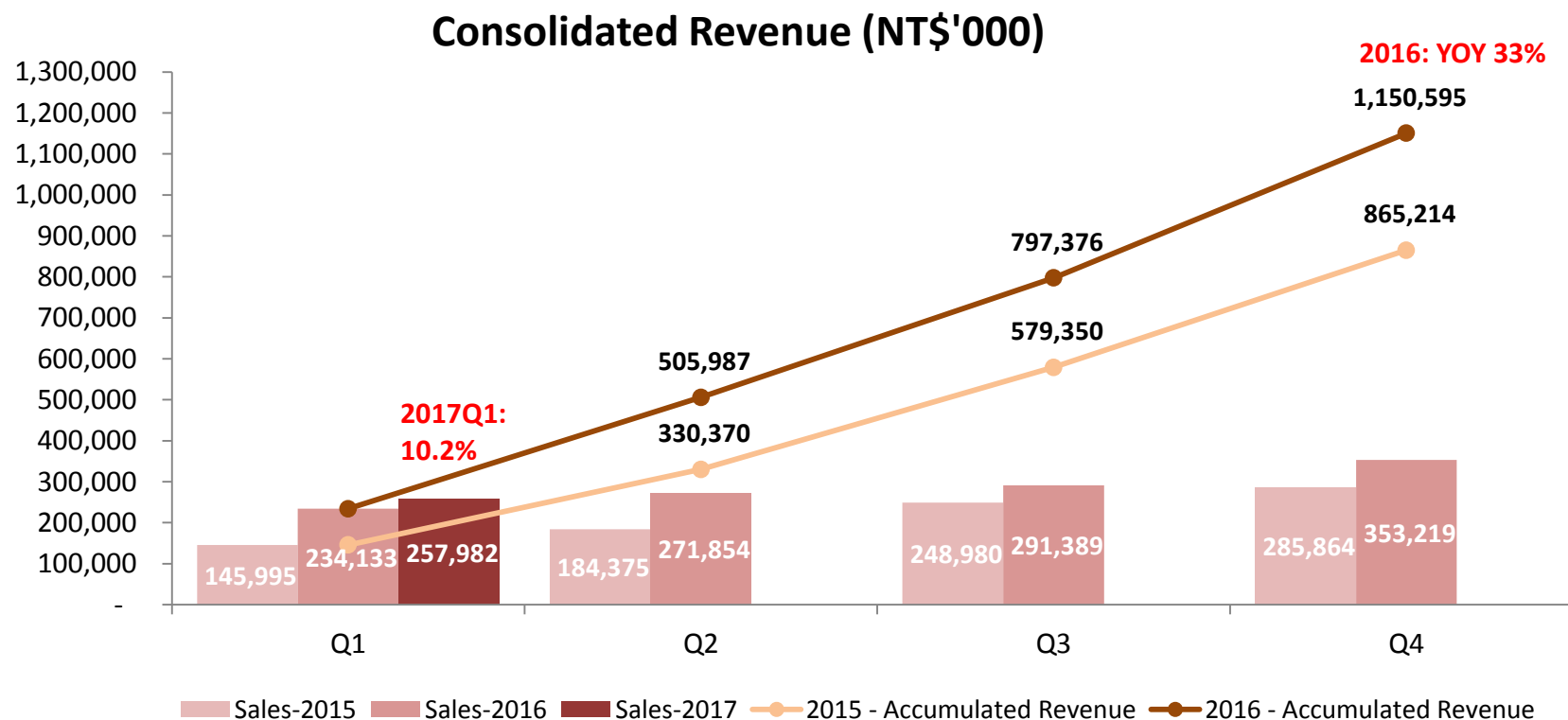
- 台灣醫美市場銷售第一、市占率領先國內外競品
- 多元銷貨通路包含藥妝、百貨、免稅店、診所、美妝店及電子商務
- 銷售區域遍佈8大國家、1600個銷售據點, 海外經驗累積
- 擁有豐富通路管理經驗及知識, 積累10多年多元銷售通路管理

Financial Performance

- *Revenue and Net Profit Updates*
- *Income Statement Summary*
- *Balance Sheet and Key Indices*

Financial Performance

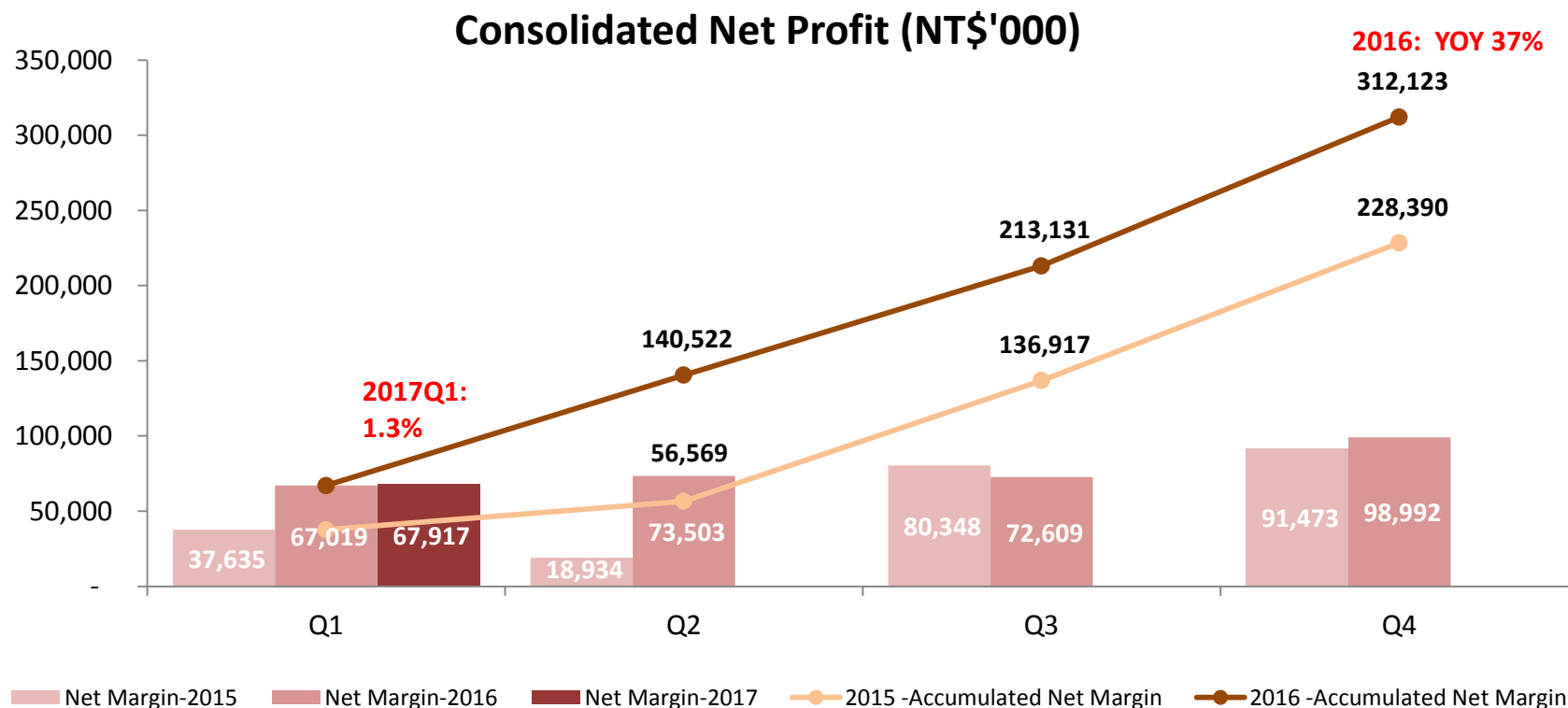
- 2017 Q1 Revenue Updates



- 2017Q1 營收2.58億元成長10.2%，成長力道略緩主要係在中國、馬來西亞及新加坡轉換經銷商，以及人民幣兌台幣貶值而影響合併營收結果。

Financial Performance

- 2017 Q1 Net Profit Updates



- 2017Q1 營業利益9181萬元年增12%，主要係隨著營收成長及中國毛利率提升所致。但受到台幣大幅升值影響，第一季匯兌損失1187萬元，造成本期淨利6792萬元年增1.3%，每股盈餘1.48元。

Financial Performance

- Income Statement Summary

Consolidated

Unit: NT\$'000

Item	2015		2016		YOY%	2016Q1		2017Q1		YOY%
	Amount	%	Amount	%		Amount	%	Amount	%	
營業收入	865,214	100.0%	1,150,595	100.0%	33.0%	234,133	100.0%	257,982	100.0%	10.2%
營業成本	273,890	31.7%	355,088	30.9%	29.6%	76,477	32.7%	81,145	31.5%	6.1%
營業毛利	591,324	68.3%	795,507	69.1%	34.5%	157,656	67.3%	176,837	68.5%	12.2%
營業費用	326,283	37.7%	412,765	35.9%	26.5%	75,966	32.4%	85,030	33.0%	11.9%
營業利益	265,041	30.6%	382,742	33.3%	44.4%	81,690	34.9%	91,807	35.6%	12.4%
營業外收支	8,399	1.0%	-7,873	-0.7%	-193.7%	-1,882	-0.8%	-10,264	-4.0%	445.4%
稅前淨利	273,440	31.6%	374,869	32.6%	37.1%	79,808	34.1%	81,543	31.6%	2.2%
所得稅費用	45,050	5.2%	62,746	5.5%	39.3%	12,789	5.5%	13,626	5.3%	6.5%
本期淨利	228,390	26.4%	312,123	27.1%	36.7%	67,019	28.6%	67,917	26.3%	1.3%
EPS (NT\$)(註)	5.40	-	7.06	-	-	1.58	-	1.48		

註：係以增資後股數追溯調整計算

Financial Performance

- Balance sheet & key Indices

Consolidated

Unit: NT\$'000

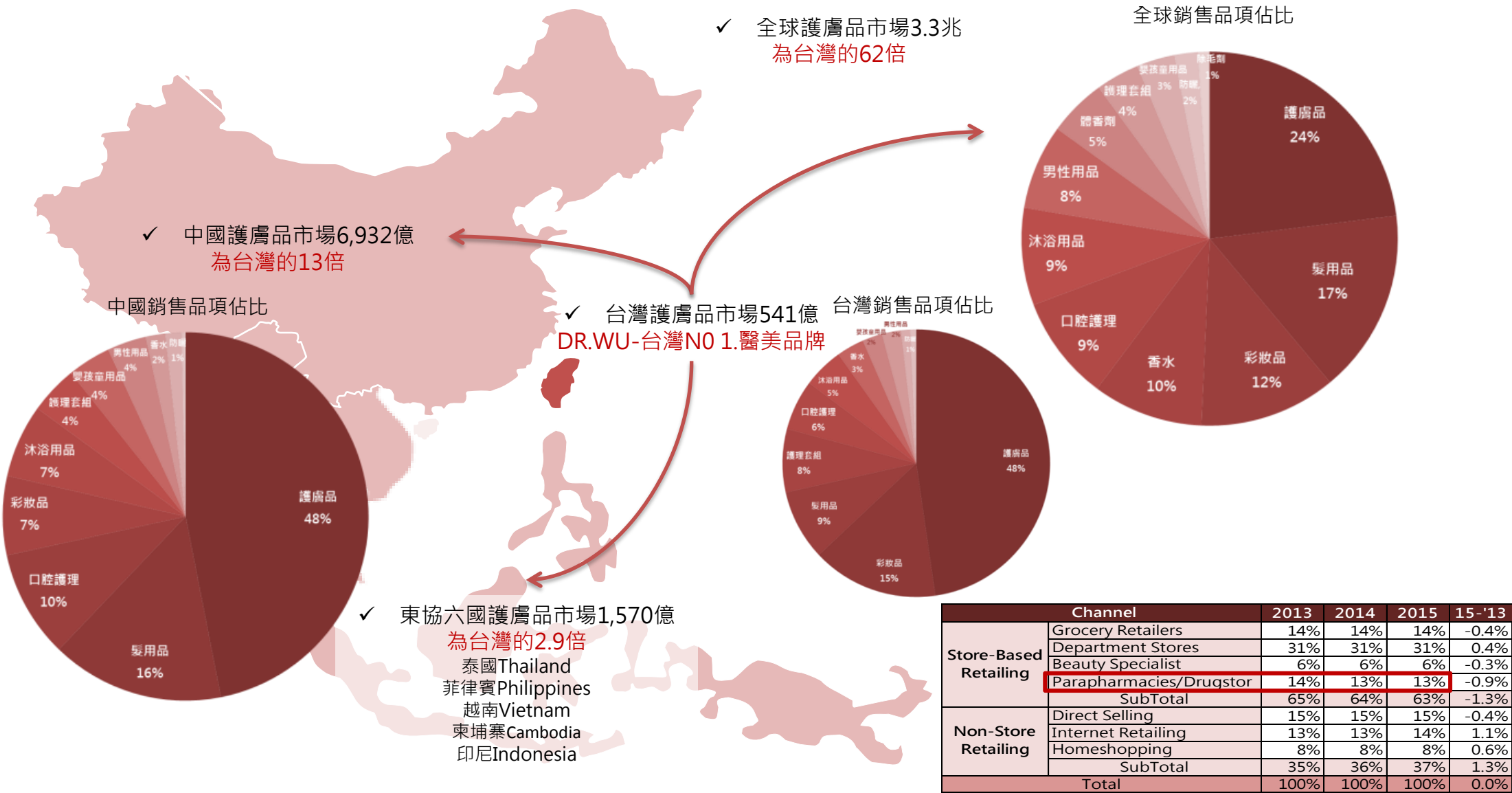
Item	2015.12.31	2016.12.31	2016.3.31	2017.3.31
現金及約當現金	286,476	870,206	264,671	667,418
應收帳款	163,350	220,262	188,499	243,025
存貨	113,347	147,588	135,731	175,758
其他金融資產	430,212	895,179	507,916	1,084,907
資產總計	1,068,585	2,244,170	1,180,233	2,280,079
負債總計	112,848	194,559	158,001	168,663
權益總計	955,737	2,049,611	1,022,232	2,111,416
重要財務指標				
平均收現日數	79	60	67	82
平均銷貨日數	146	143	161	191
平均付現日數	45	50	56	69
負債比率(%)	11	9	13	7
權益報酬率(%)	25	21	27	13
營業活動之淨現金流入	166,449	281,054	58,305	-1,544

Our Future Prospects

- *Market Expansion*
- *China Updates*
- *New Product Development*
- *Branding Innovation*
- *Omni-Channel*

Market Expansion: Expansion Strategy

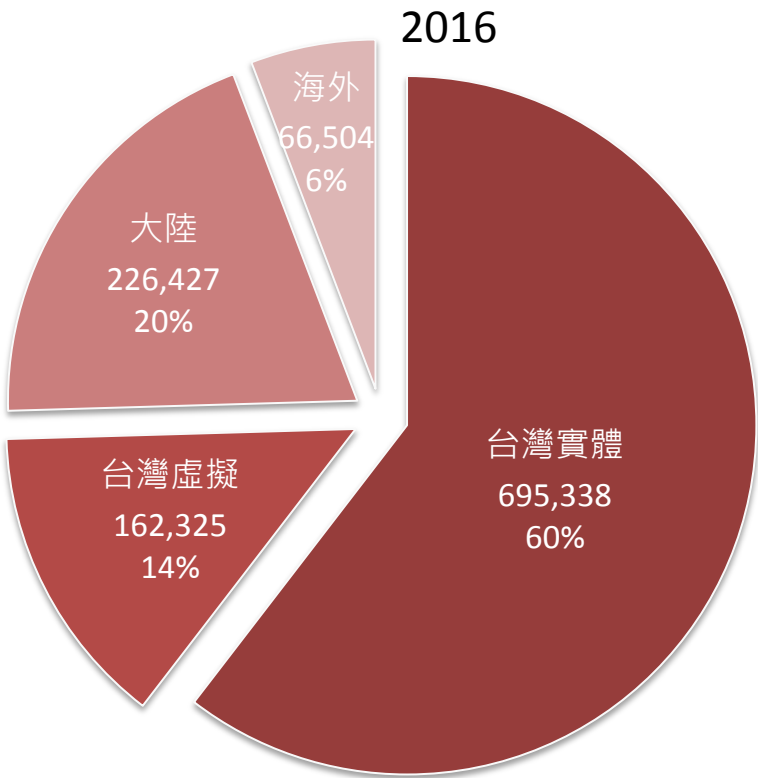
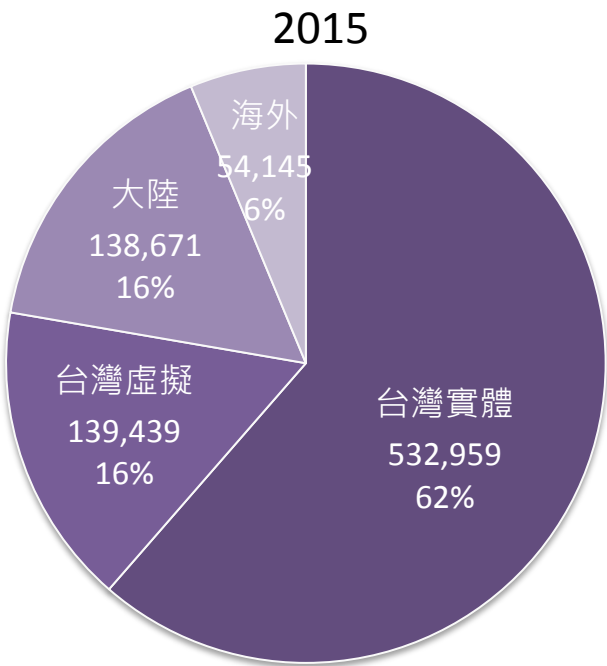
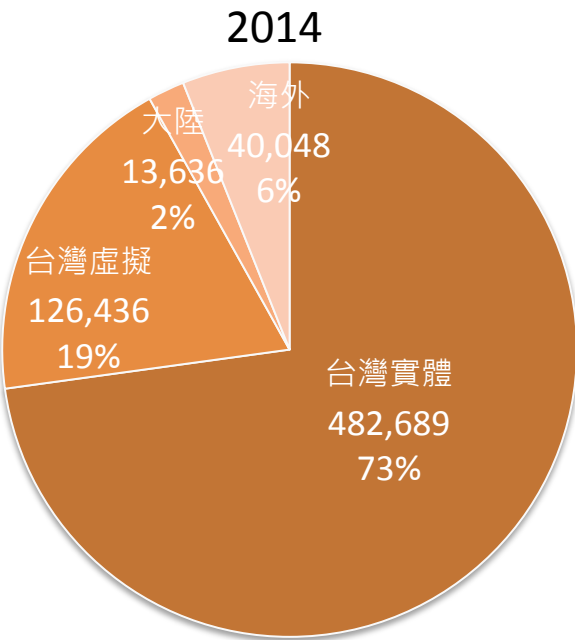
- Global Skincare Market Potential



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



NT\$'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: Distribution Channel

- Regional Sales Channel Distribution Updates

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

DR.WU
CLINICAL SKINCARE



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

美妝通路

台灣莎莎(23)
寶雅(145)
@Cosme (New)

其他

昇恆昌/采盟(13)
英爵醫美診所(4)

— Direct
— One Level
— Two Level

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(80)
美國 (10)
加拿大 (25)
紐西蘭
緬甸(7)

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
京東JD.COM
跨境電商

百貨通路

上海專櫃(2)
北京專櫃(2)

美妝通路

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



China Updates: Online to Offline

- Online First Offline After Expansion



China Updates: Watsons Expansion

- 2017 Entry Plan in WATSONS(3000 Stores)



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

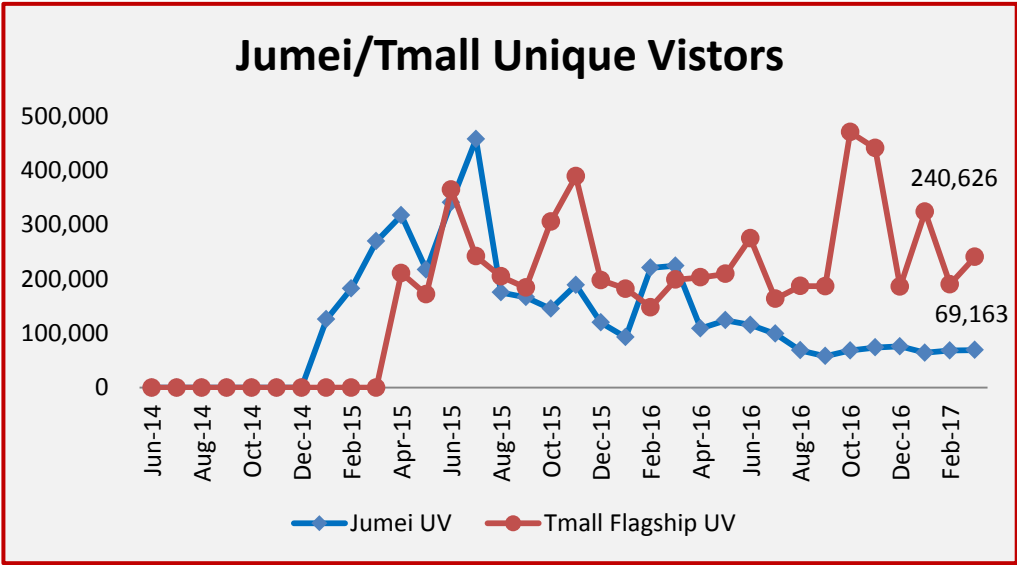
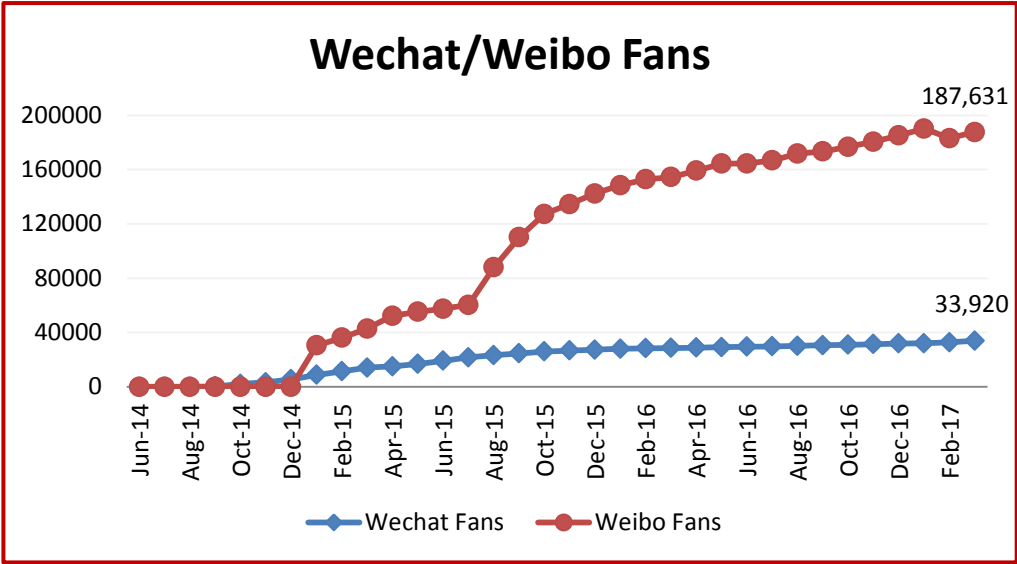
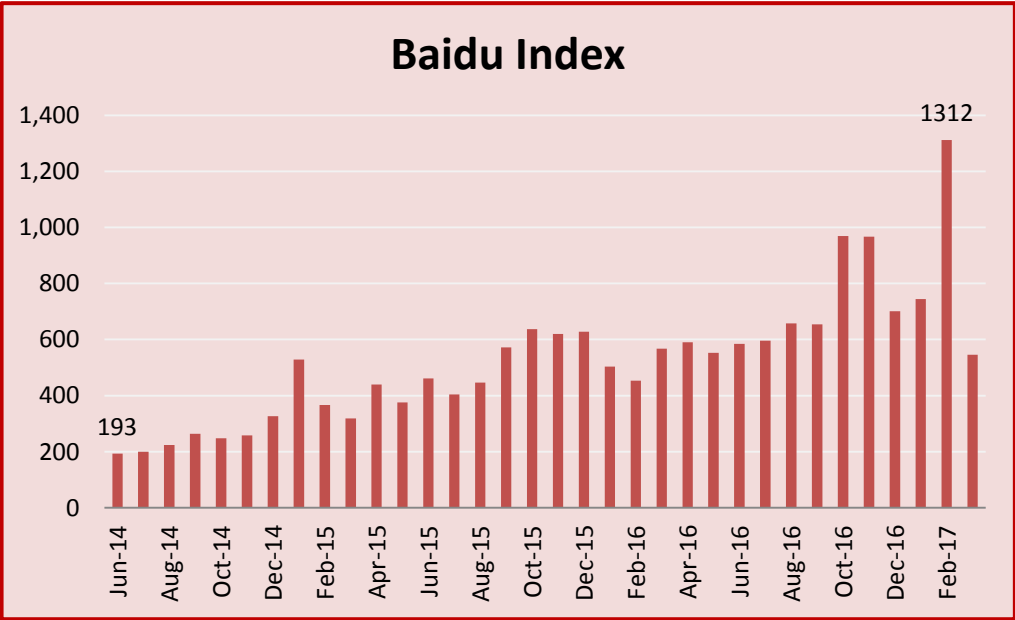
- Total of 100 doors
- 90 Wall Units / 10 Counters & Store in Store



China Updates: 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



New Product Development: Complete Product Lines

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

- Complete Product Lines: 12 Key Lines x 70 sku

HYALUCOMPLEX HYDRATING SYSTEM 玻尿酸保濕系列		x12 36%
MANDALIC RENEWAL SYSTEM 杏仁酸煥膚系列		x9 30%
AGEVERSAL REPAIRING SYSTEM 超逆齡修復系列		x6 11%
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- 70 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		x6
PREMIUM SKINCARE 極致頂級保養系列		x7
SKINCARE FOR MEN 男士速效保養系列		x6
FIRST AID SERIES 急救護理系列		x2

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: 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



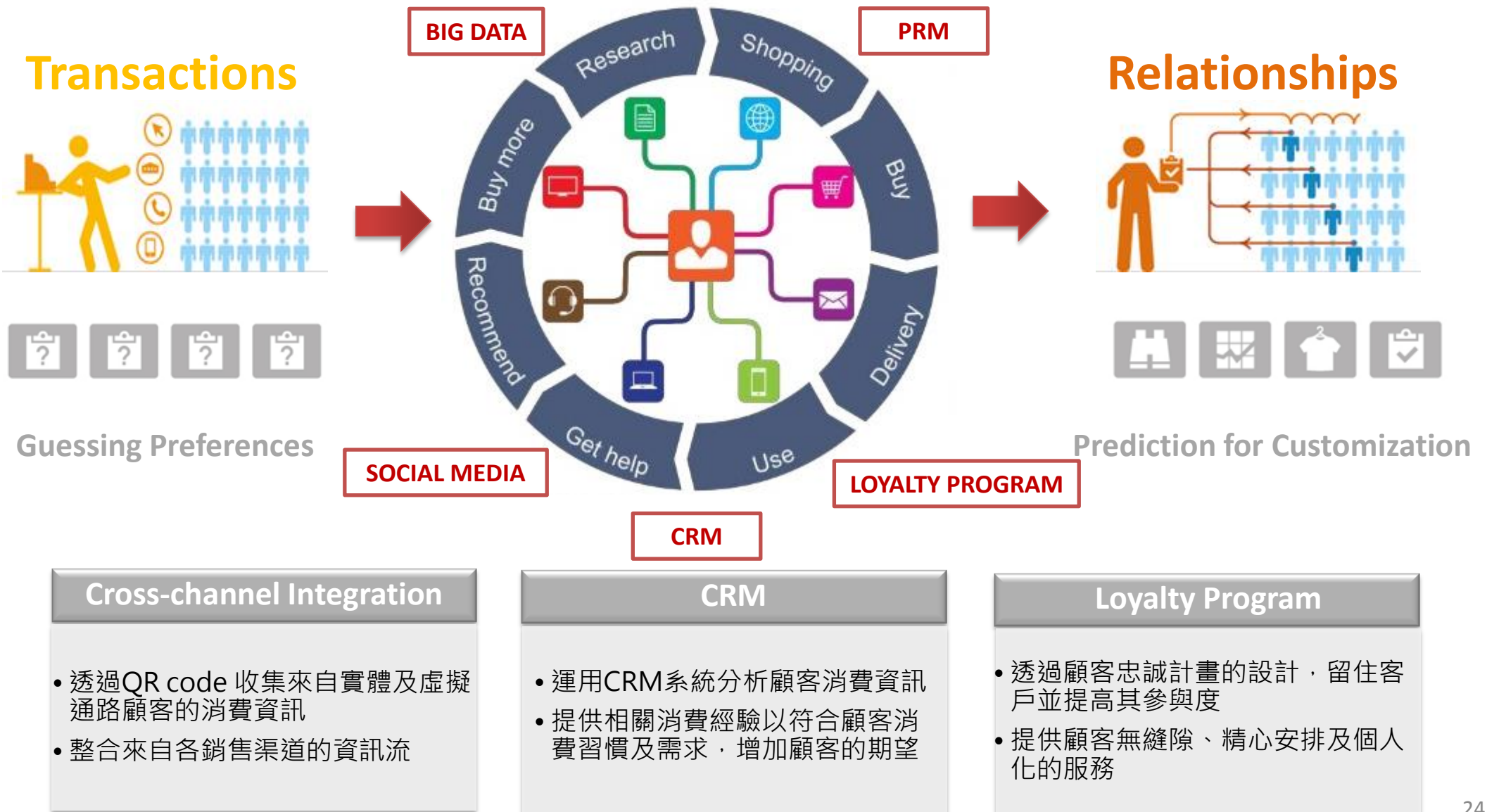
Branding Innovation: 360° Marketing Theme

-From one Endorser to multiple Endorsers with celebrities



Omni-Channel Strategy

- From Transactions to Relationships



Our Future Prospects

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

Market Expansion and 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

Newness and Concept Products

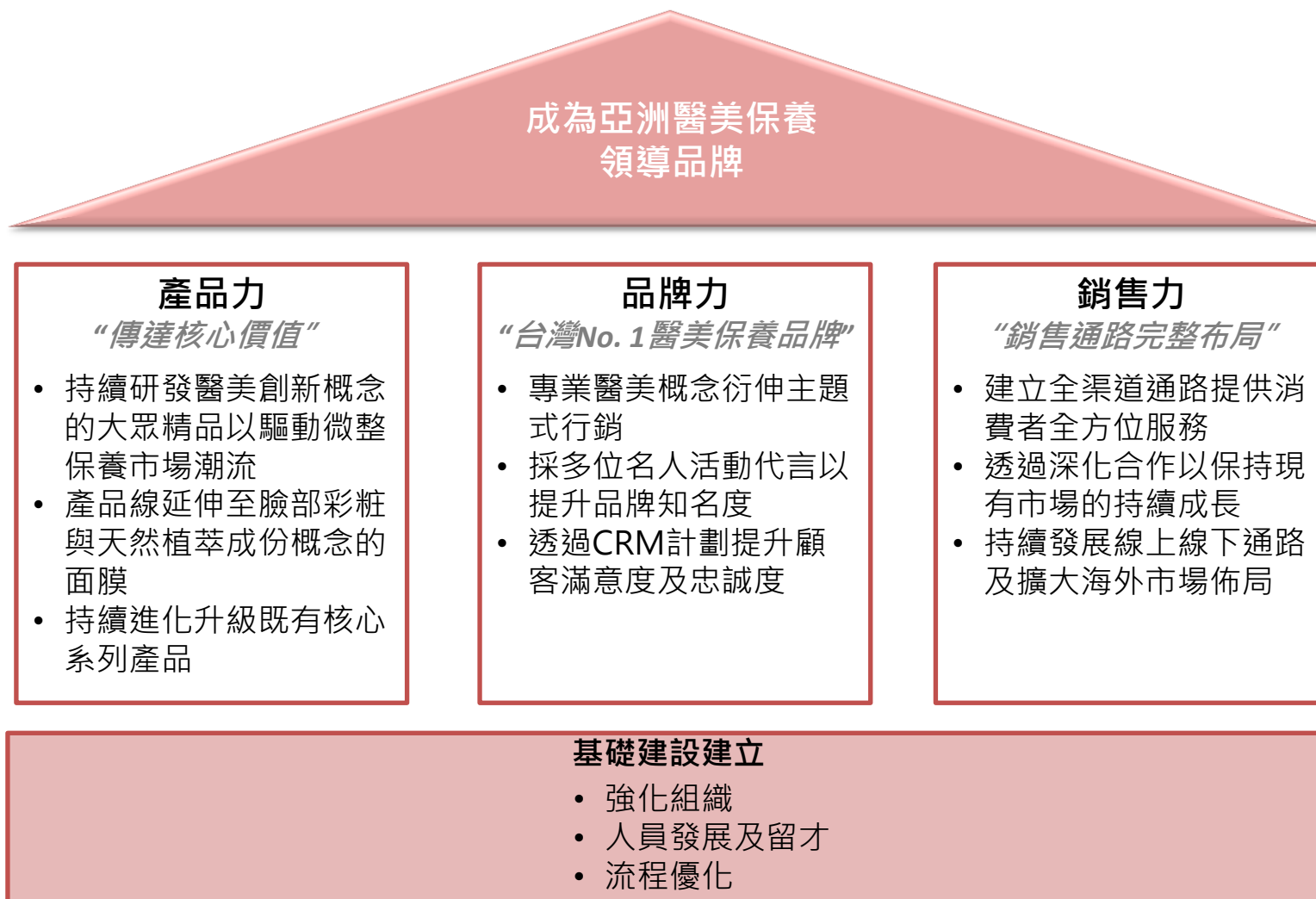
- 研發醫美**領先概念產品**，驅動微整保養潮流，並增加產品線的廣度及深度，維持每年15%產品更新率

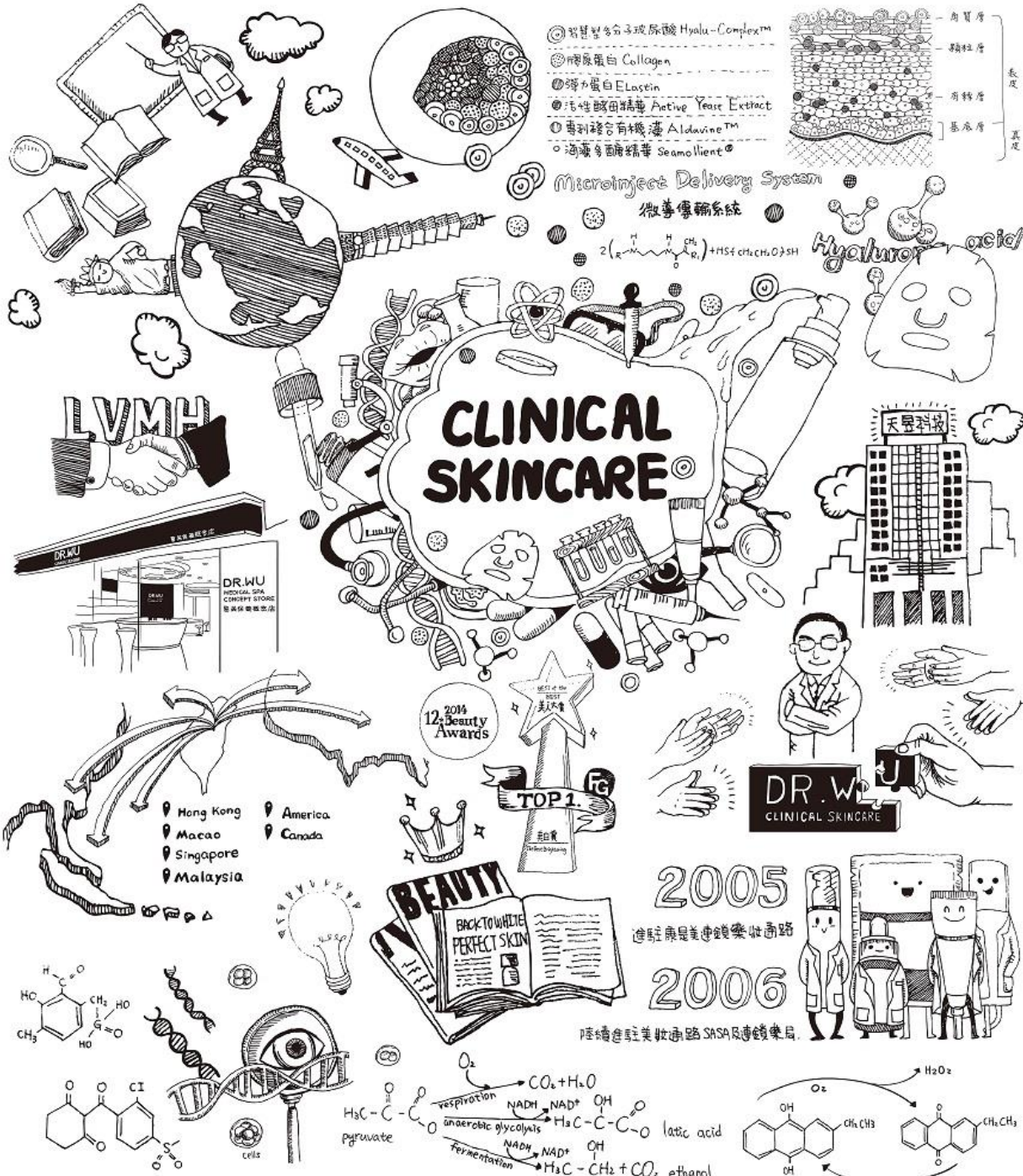
Thematic Marketing

- 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

Our Future Prospects: Strategy Building Blocks

- Product innovation, Profit growth, and Market leading





Thank You

*"Your Personal Doctor
For Your Perfect Skin"*

-DR.WU

Contact Information

Jennifer Tu, CFO ext. 83

Fiona Chiu, Financial Manager ext. 36

TEL : +886-2-2369-9888

Mobile : +886-905-685-503

E-mail : ir@drwu.com