

TAIWAN'S NO. 1 MEDICAL SKINCARE



達爾膚生醫科技 簡介
Presented by Eric Wu
Chairman and CEO
2018

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。

Agenda



- | | | |
|----|----------------------------------|----|
| 1. | Introduction to DR.WU Skincare | 3 |
| 2. | 2017 Recap and Financial Results | 4 |
| 3. | Forward Growth Strategies | 11 |
-

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

- Quick Facts About Us



- 成立日期：2003/3/10
- 上櫃日期：2016/6/16
- 主要產品：醫美保養品，124個產品系列
80件單品
- 銷售據點：8個國家 1600 個銷售據點
- 集團員工人數：140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
號恆隆廣場1期1201單元



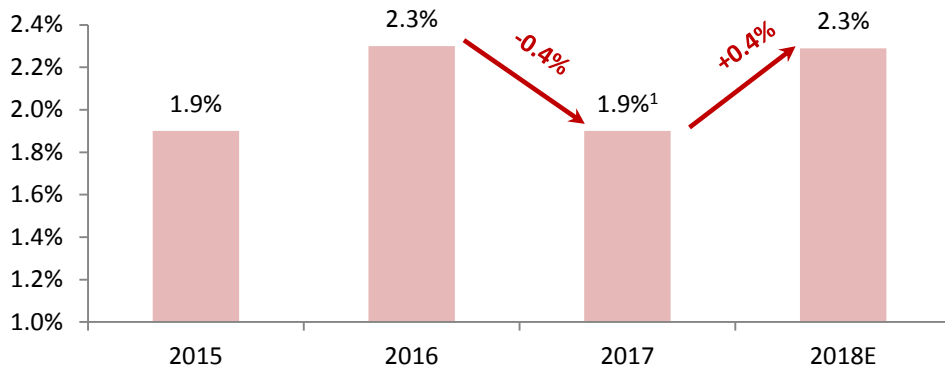
2. 2017 Recap and Financial Results

Economy Status

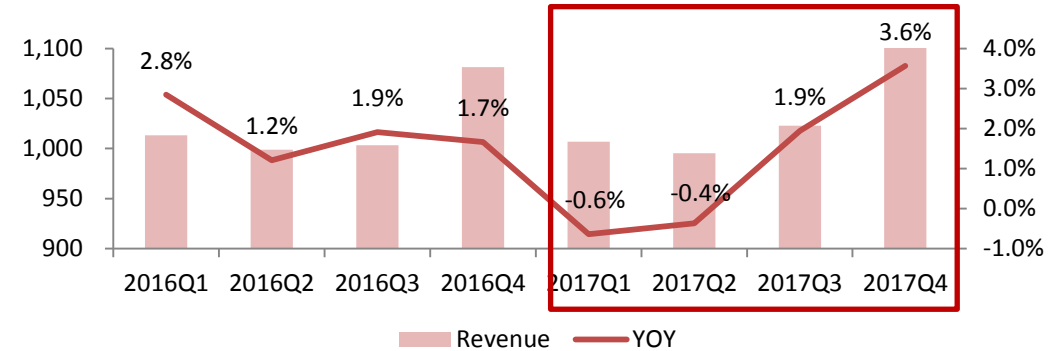
- 2017 Taiwan Macro Economy Status

- 台灣GDP成長率及景氣燈號顯示經濟成長趨緩，2017年零售業成長1.2%，呈現持平態勢。
- 2017Q4零售市場回升成長3.6%，而陸客來台人數減少幅度已逐漸回穩。

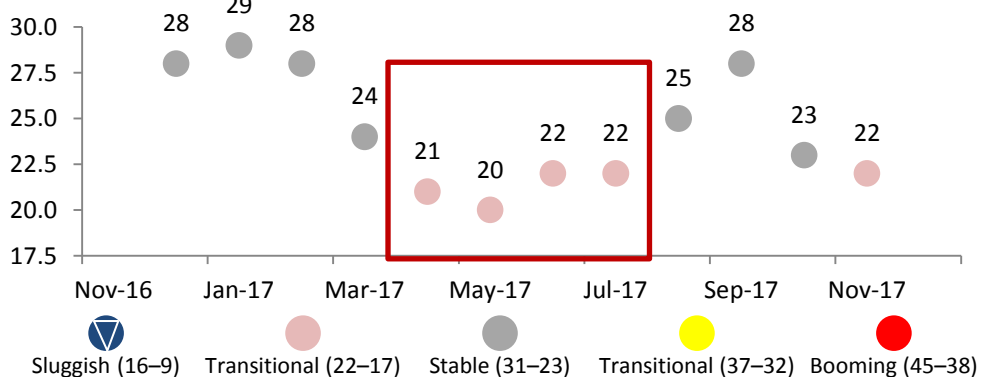
Taiwan GDP Growth



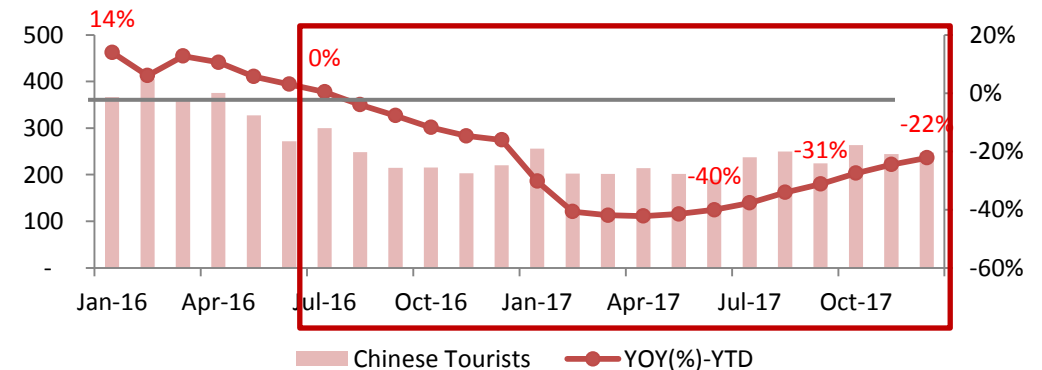
2016Q1-2017Q4 Retail Sales



Taiwan Monitoring Indicator²



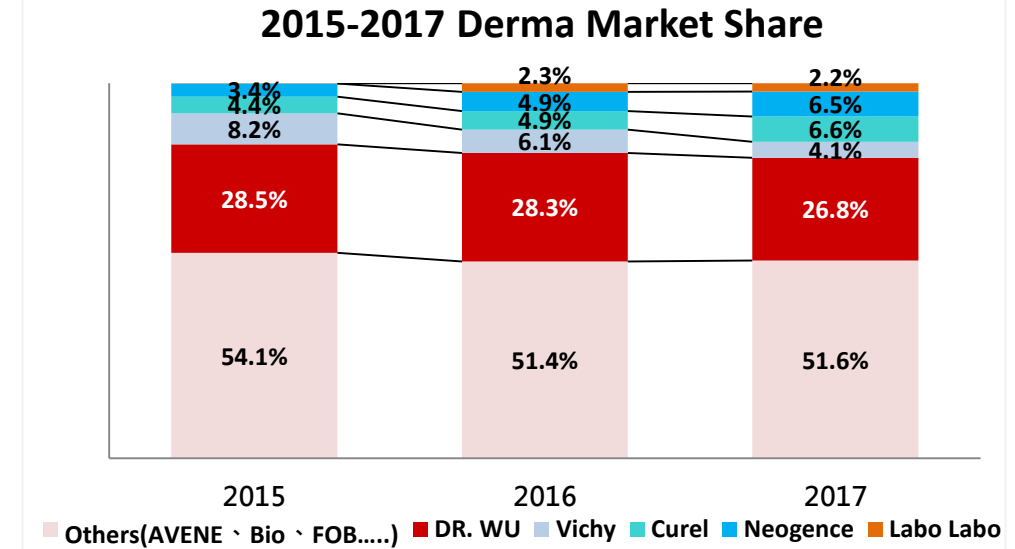
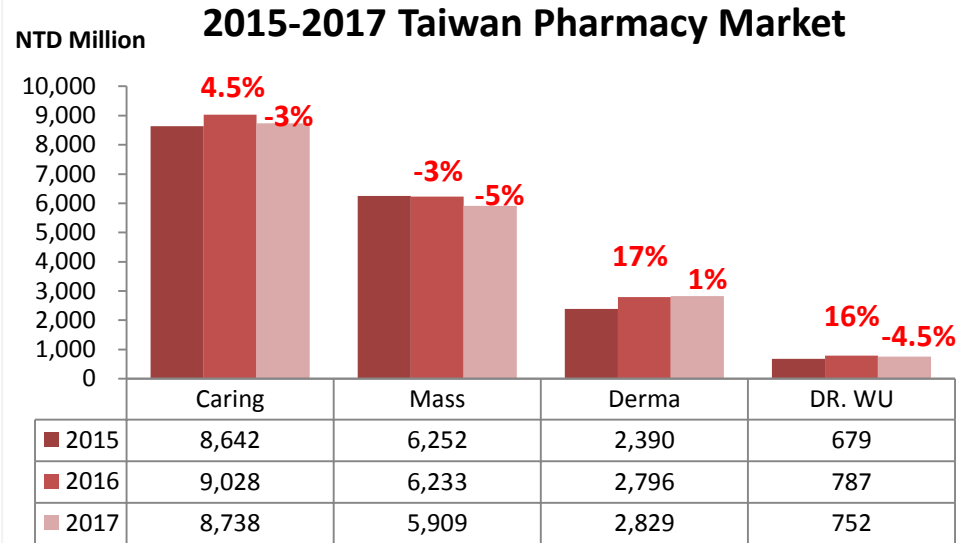
The Number of Chinese Tourists



Source: Department of Statistics, Ministry of Economic Affairs, Oxford Economics. Note: 1. Estimated figure 2. An indicator published by the National Development Council of Taiwan which serves as a reference for determining economic ups and down – Comprises of nine components: Monetary aggregate M1B, TAIEX average closing price, industrial production index, nonagricultural employment, customs-cleared exports, the imports of machineries and electrical equipments, index of producer's shipment for manufacturing, sales of trade and food services, and the TIER manufacturing sector composite indicator.

Market Status

- 2017 Taiwan Skincare Market Overview

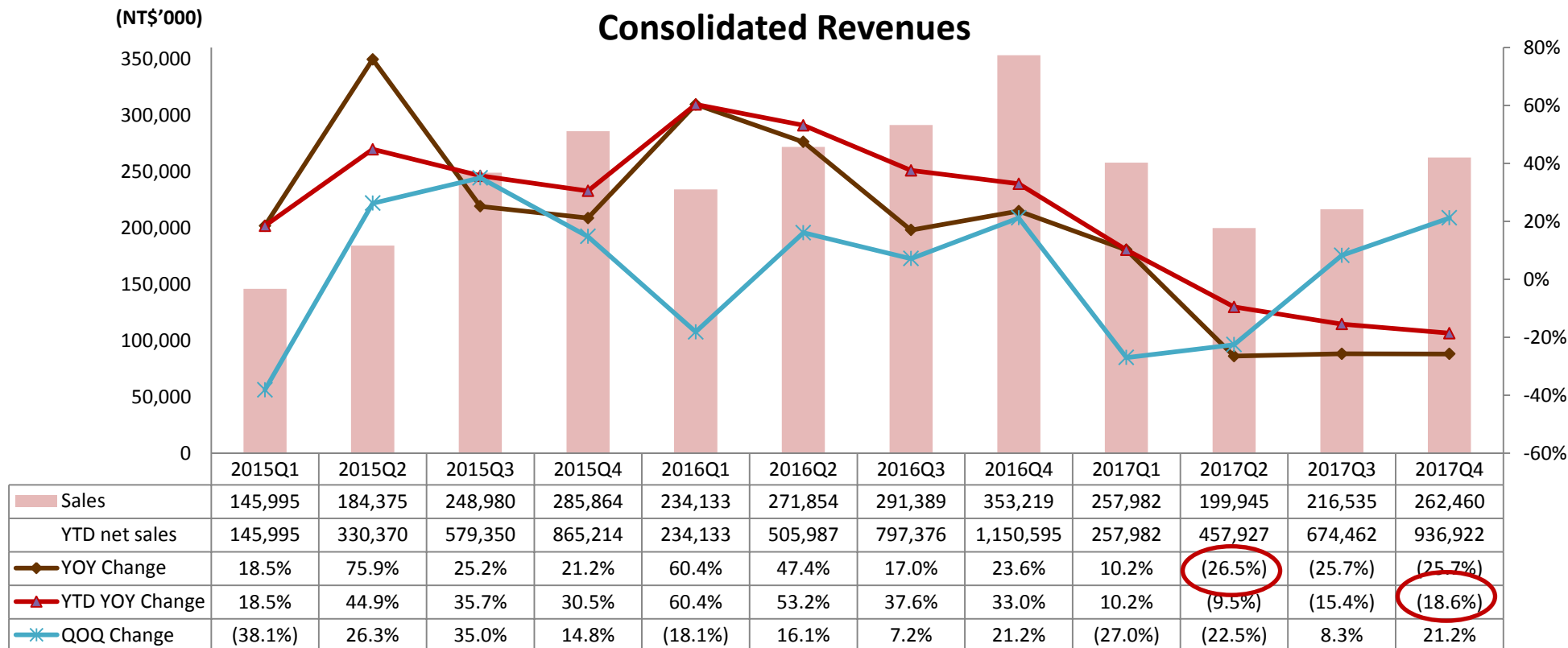


Source: AC NIELSEN, the data base of Taiwan pharmacy mark include personal care stores, drugstores, hyper market, super market, CVS and traditional stores.

- 2017年DR. WU藥妝通路銷售額衰退4.5%，衰退幅度大於整體藥妝市場及醫美品類。
- DR.WU的市佔率為26.8%，較去年同期下滑1.5%，但仍為醫美保養品中市佔率第一的品牌。

Financial Performance

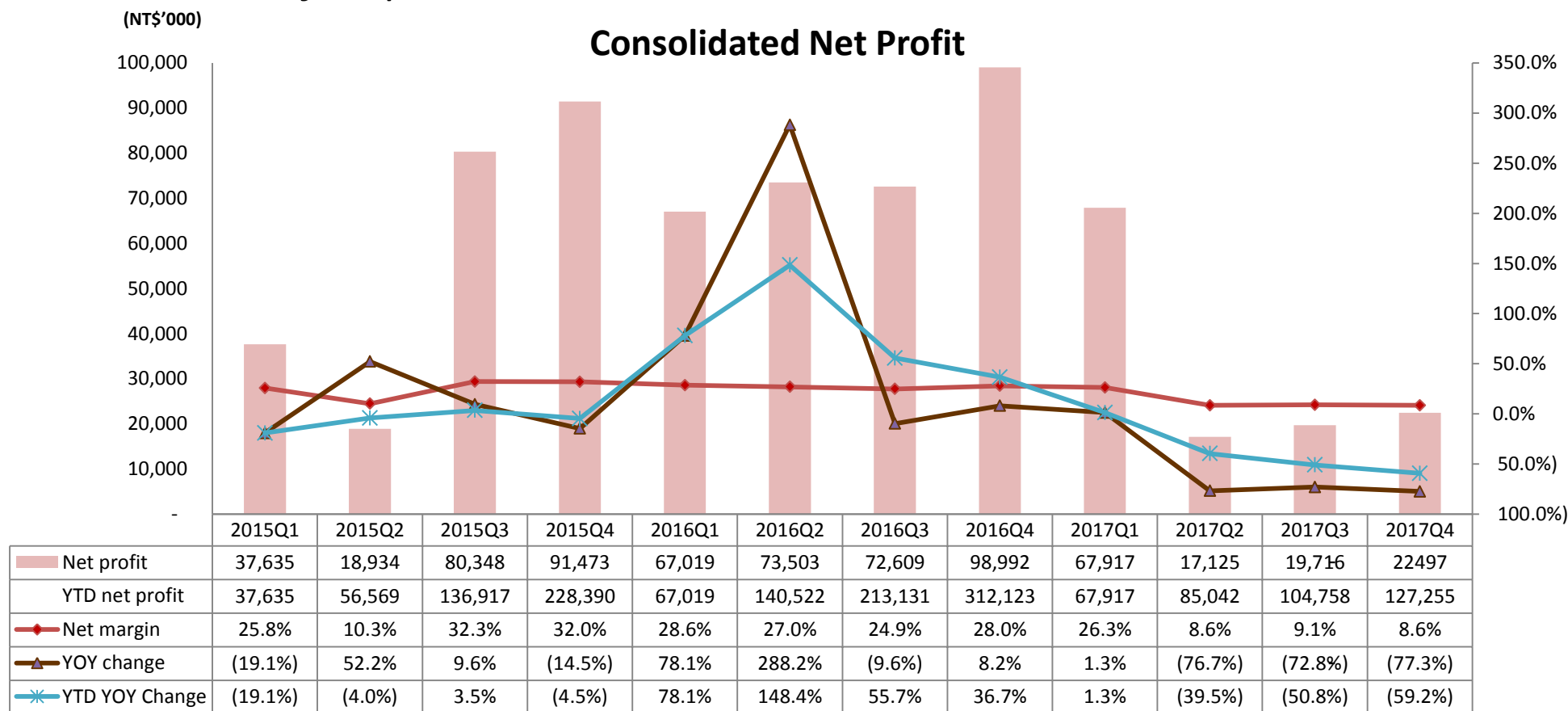
- 2017 Q4 Revenue Updates



- 2017年合併營收 9.37億元衰退18.6%，主要係自第二季起受台灣零售市場低迷及陸客來台人數減少，影響台灣整體藥妝通路業績表現不如預期，通路商進貨相對保守，促使台灣業績表現不佳，下半年調整策略營收呈現回穩，在中國方面則同步擴大屈臣氏店點及線上通路佈局，業績仍保持雙位數成長。

Financial Performance

- 2017 Q4 Net Profit Updates



- 2017年稅後淨利1.27億元衰退59%，主要係營收衰退，促銷折扣率增加及產品組合變差而影響營業毛利下滑，加上中國市場持續拓展投入較高營銷費用，促使營業費用較2016年度同期增加，使得2017年度稅後淨利衰退。

Financial Performance

- Income Statement Summary

Consolidated

Unit: NT\$'000

Item	2015		2016		2017	
	Amount	%	Amount	%	Amount	%
營業收入	865,214	100.0%	1,150,595	100.0%	936,922	100.0%
營業成本	(273,890)	31.7%	(355,088)	30.9%	(347,034)	37.0%
營業毛利	591,324	68.3%	795,507	69.1%	589,888	63.0%
營業費用	(326,283)	37.7%	(412,765)	35.9%	(446,809)	47.7%
營業利益	367,993	42.5%	382,742	33.3%	143,079	15.3%
營業外收支	8,399	1.0%	(7,873)	-0.7%	5,147	0.5%
稅前淨利	273,440	31.6%	374,869	32.6%	148,226	15.8%
所得稅費用	(23,650)	2.7%	(62,746)	5.5%	(20,971)	2.2%
本期淨利	228,390	26.4%	312,123	27.1%	127,255	13.6%
EPS (NT\$)(註)	5.40	-	7.06	-	2.78	-

註：係以增資後股數追溯調整計算

Financial Performance

- Balance sheet & key Indices

Consolidated

Unit: NT\$'000

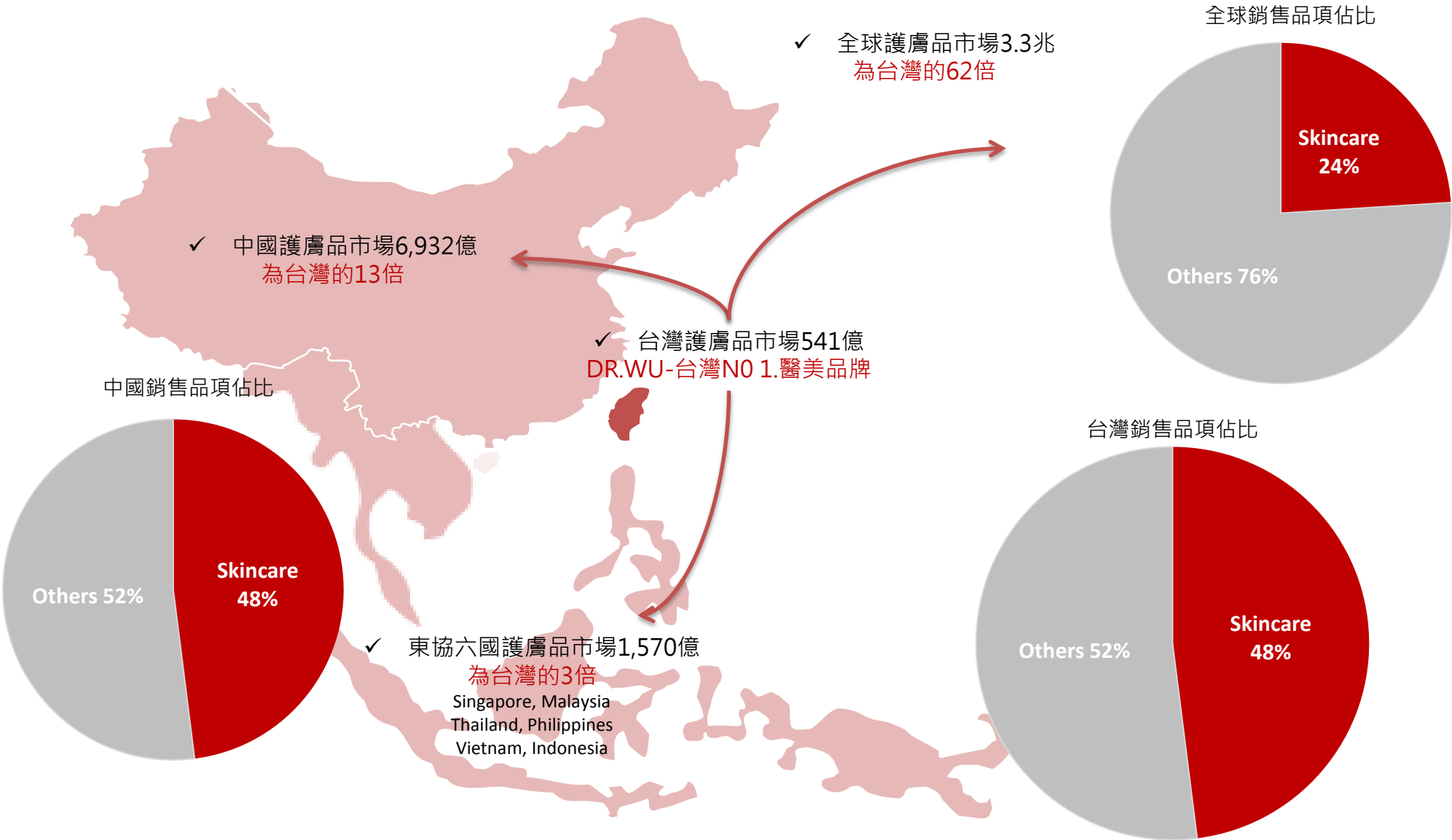
Item	2015.12.31	2016.12.31	2017.12.31
現金及約當現金	286,476	870,206	578,897
應收帳款	163,350	220,262	151,046
存貨	113,347	147,588	216,767
其他金融資產	430,212	895,179	940,500
資產總計	1,068,585	2,244,170	2,041,192
負債總計	112,848	194,559	169,552
權益總計	955,737	2,049,611	1,871,640
重要財務指標			
平均收現日數	65	61	72
平均銷貨日數	146	143	202
平均付現日數	47	46	77
負債比率(%)	11	9	8
權益報酬率(%)	25	21	6
營業活動之淨現金流入	166,449	281,054	93,828

3.Forward Growth Strategies

- *Channel Strategy*
- *Product Strategy*
- *Brand Strategy*

Channel Expansion: Expansion Strategy

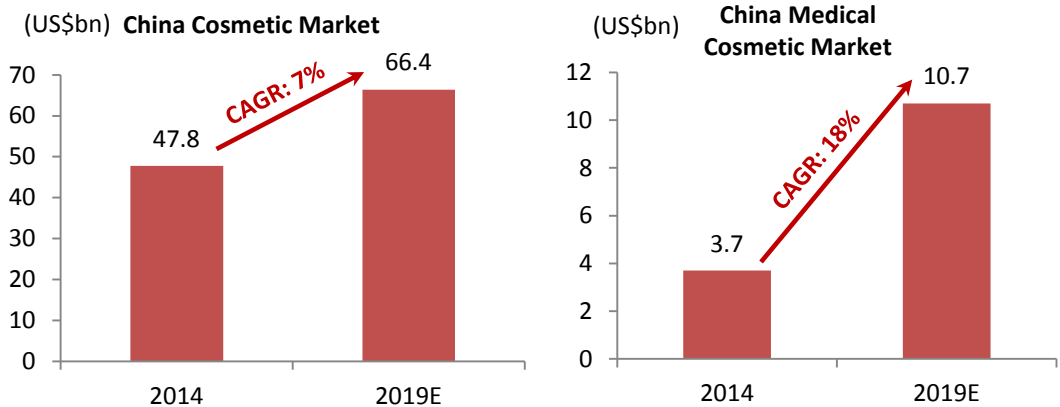
- Global Skincare Market Potential



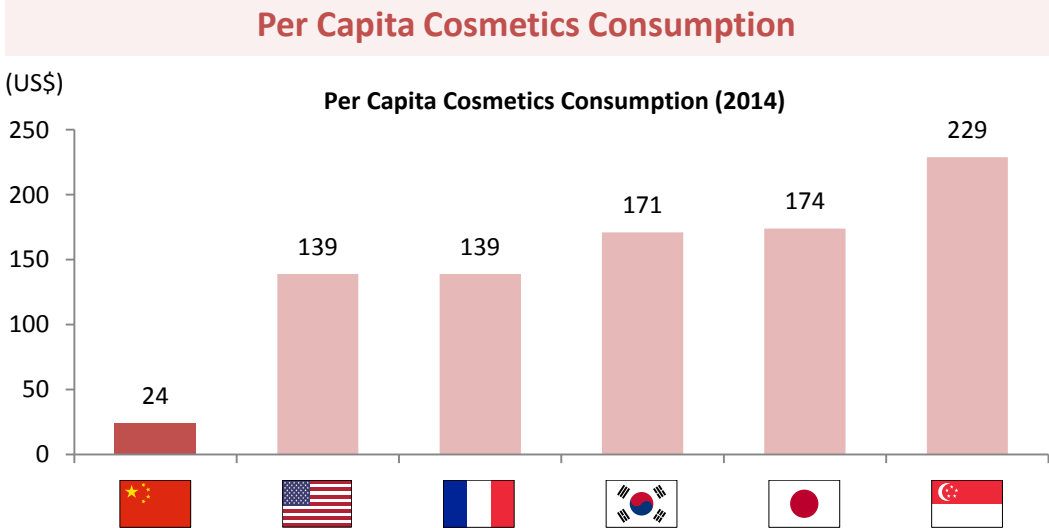
Channel Expansion: China Strategy

- China Skincare Market Potential

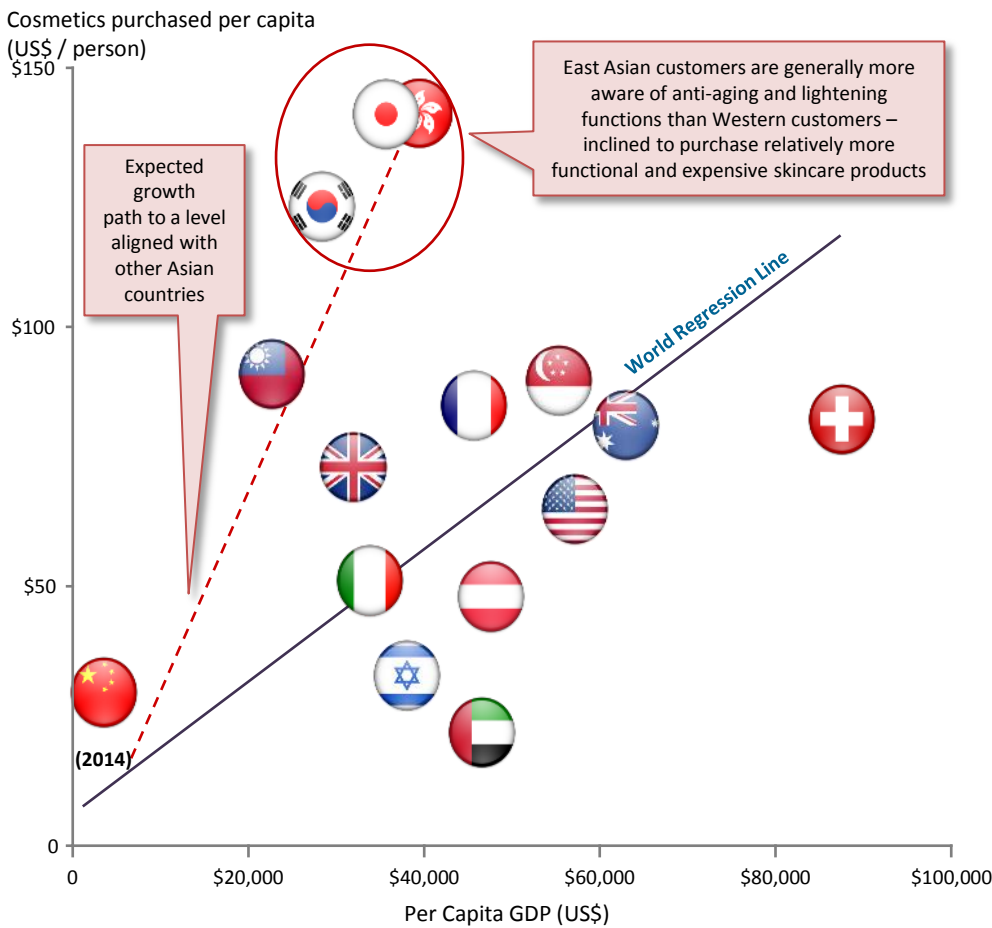
China's Cosmetic Market Forecasts



China Beauty Market Expected To Grow On A Per Capita Basis



Per-capita Skincare Spending⁽¹⁾ (2015)



Source: Company filings, Company website, Yuanta Investment Consulting, International Trade Administration, Euromonitor, broker reports.

1. Skincare, color, sun care, sets / kits products included; per-capita skincare spending excludes spending from duty-free stores.

Channel 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)
日藥本舖(New)

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(20)
寶雅(160)
@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(60)
馬來西亞(170)
美國 (10)
加拿大 (25)
紐西蘭
緬甸(7)
泰國(New)

虛擬通路 - 中國

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

實體通路 - 中國

百貨通路
美諾珂 (3 New)

美妝通路

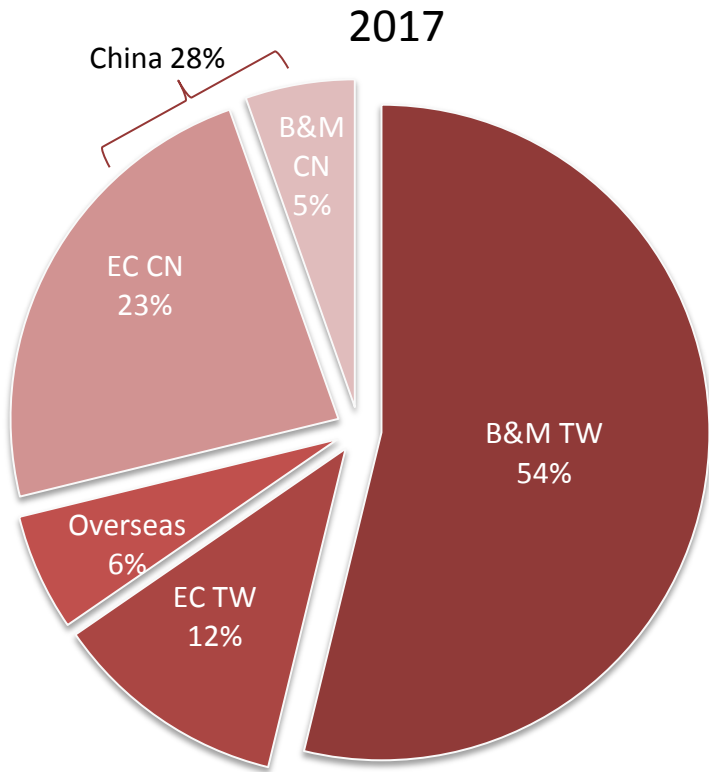
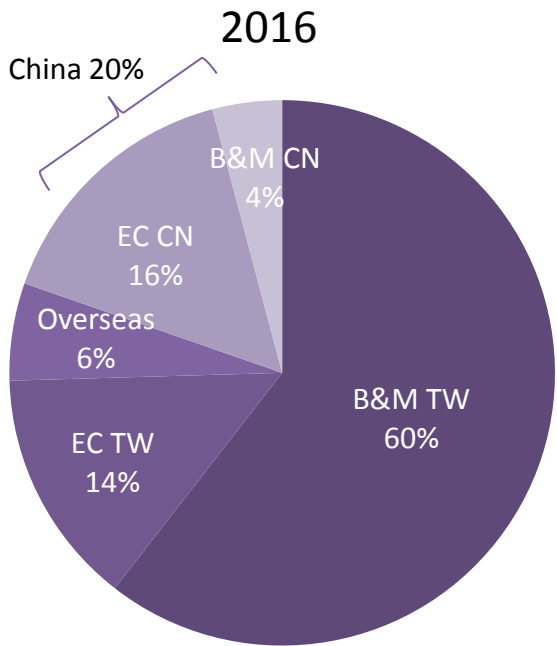
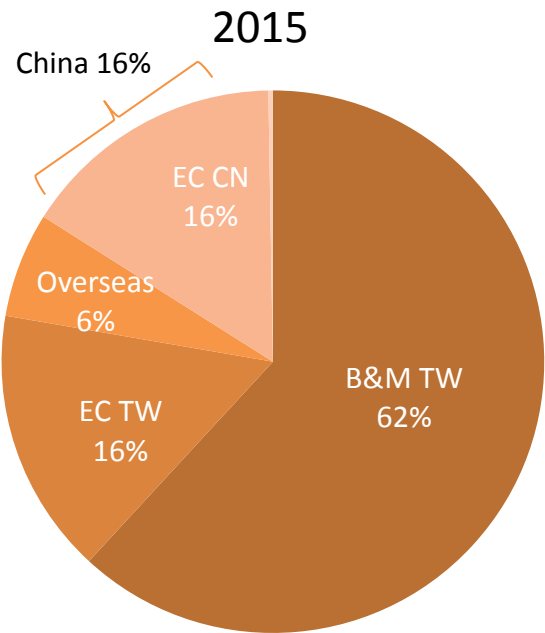
妍麗FIONA (40)
美顏坊MYFACE (10)
LILYSTAR (10)
屈臣氏Watsons (249New)



Channel Expansion: China Strategy

- Sales Contribution by Channel

中國市場貢獻持續成長，自2014年的2%至2017年已增加至28%。而台灣實體通路的佔比則滑落至54%。



NT\$'000

Channel	2015	2016	2017	YOY
B&M TW	535,158	696,218	504,062	-27.6%
EC TW	137,239	161,445	108,731	-32.7%
Overseas	54,145	66,504	54,186	-18.5%
EC CN	136,341	179,026	219,409	22.6%
B&M CN	2,331	47,401	50,534	6.6%
Total	865,214	1,150,594	936,922	-18.6%

Channel Expansion: China Updates

- Online First Offline After Expansion



Channel Strategy: China Online Expansion

- Online Strategy



主推單一明星商品

主推單一明星商品 快速抓住消費者眼球

2015年一线城市大学生护肤品消费TOP5品牌

Paula's Choice/宝拉珍选
DR.WU/达尔肤
Innisfree/悦诗风吟
SK-II
Lancome/兰蔻

面部精华

透過名人代言吸引目光

紐約時尚周影片引起3500萬次的點閱率，大幅提昇DR.WU知名度及曝光率

聚焦重要通路

將營銷投資集中在領導渠道以推升業績增長

B2C

Cross Border

Channel Expansion: China Strategy

- Tmall 1111 Single day performance

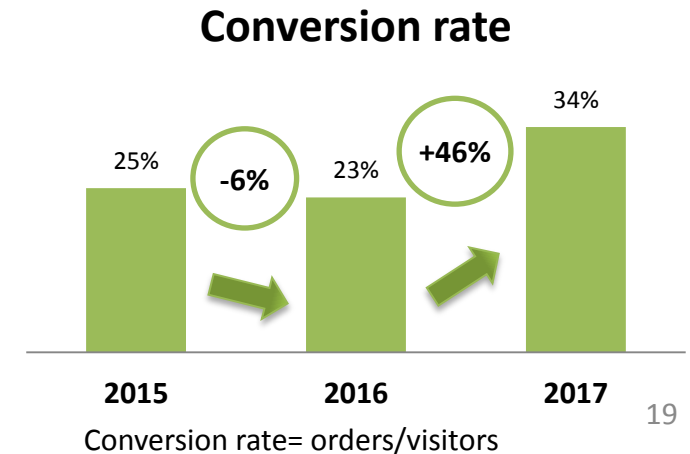
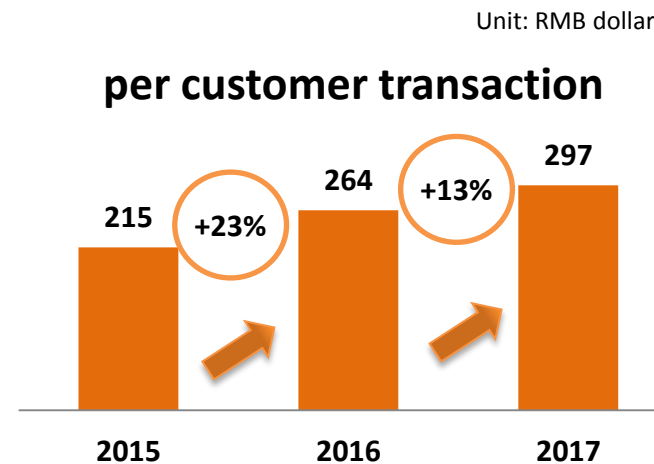
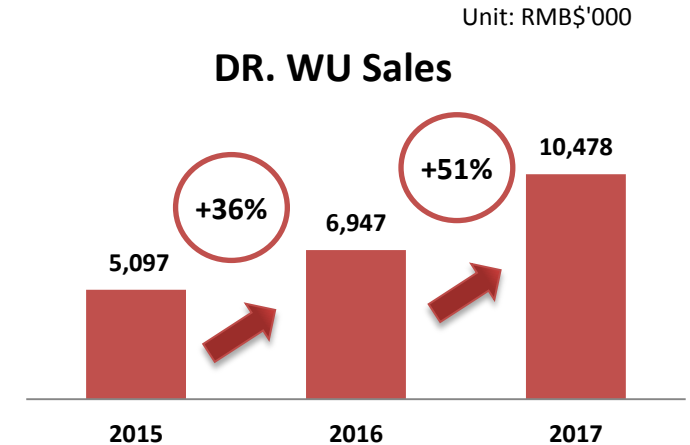
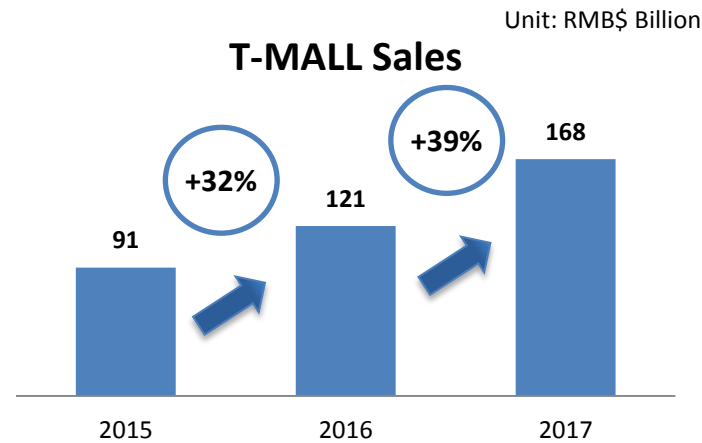
- DR.WU's 過去二年中國雙11表現均優於天貓整體表現。
- 2017年雙11推出迷你版娃娃及手機版夾娃娃遊戲，成功吸引消費者注意，提升消費客單價及轉換率，帶動雙11業績成長50%。



Mini Claw machine



Interactive baby-skin H5 mini game



Channel Strategy: China Offline Expansion

- Offline Strategy

STAGE 1

2016 Q4

Launch masks in 800 stores

以膠囊面膜鋪貨在屈臣氏全店



STAGE 2

2017

Full range product launch

進軍屈臣氏 Wall Unit 及店中店



STAGE 3

2018

Improve store output

集中管理重要店點及BA投資以提升單店產值



Channel Expansion: China Strategy

- 2017 China Entry Plan in WATSONS (3,300 Stores)



Wall Unit

TYPE	2017 1H(F)	2017 1H(A)	2017 (F)	2017(A)
Wall Units	45	76	200	236
Store in Store	5	4	15	13
Total	50	80	215	249



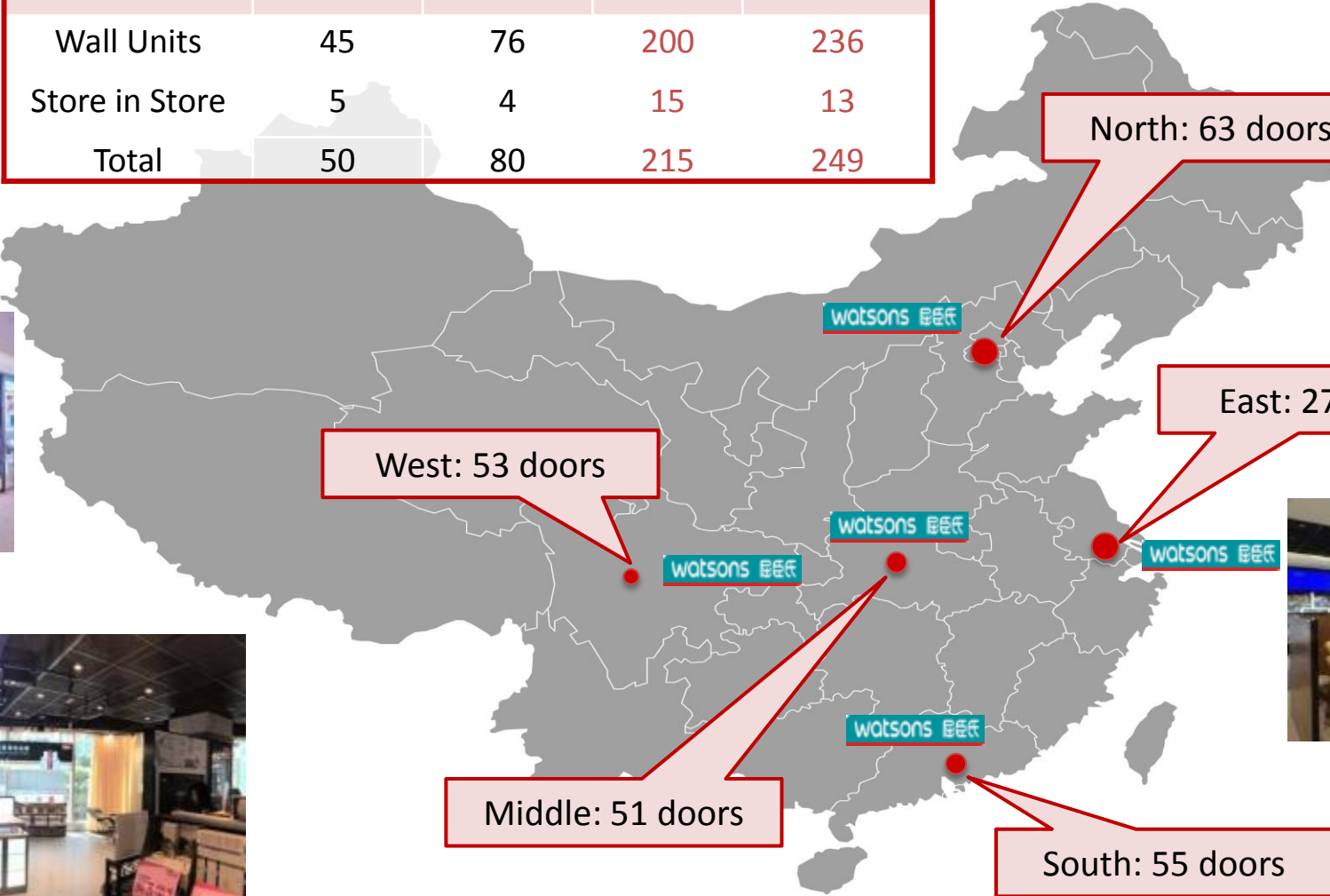
Beijing Counter



Shanghai SUPER BRAND
Store in Store



Shanghai Daning Store in Store



Shanghai Longemont
Store in Store

Channel Expansion: China Strategy

- 2018-2019 New 3.0 Stores in China

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

DR.WU 3.0 Concept Store

Combine clinical and fashion to present light industry décor and elevate customer experiences



New Product Development: Current Portfolio

- Complete Product Lines: 14 Key Lines x 80 SKU

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

HYALUCOMPLEX
HYDRATING SYSTEM
玻尿酸保濕系列



X11
37%

MANDALIC
RENEWAL SYSTEM
杏仁酸煥膚系列



X6
27%

AGEVERSAL
REPAIRING SYSTEM
超逆齡修復系列



X8
8%

VITAMIN C +
WHITENING SYSTEM
VC+微導美白系列



X6
9%

ACNECUR
ANTI-ACNE SYSTEM
皮脂調理系列



X5

CAPSULE MASK
膠囊面膜系列



X8
9%

EARTH RESOURCE
MASK
極地植萃面膜系列



X5

DR.WU
CLINICAL SKINCARE

14 SERIES-
80 SKU

Average
Retail Price
USD 40

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

SPECIAL CARE
急救護理系列



X2

Ultra Potency
Concentrate
活顏奇肌精華系列



X2

New Product Development: 2018

- New Products and Continue to Elevate Existing Series

Total of 19 SKU to be upgraded with new formulation

玻尿酸保濕精華
露*1sku



mild-O溫和潔淨系列*4sku



15周年限定
玻尿酸重量版*3sku



Jan

Feb

Mar

Apr

May

Jun

Jul

Aug

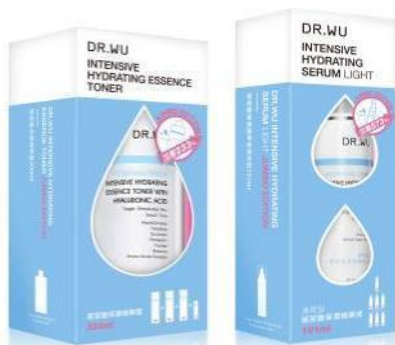
Sep

Oct

Nov

Dec

玻尿酸重量組*2sku



膠囊面膜植萃系列*4sku



全方位防護系列*4sku



胜肽童顏安瓶*1sku



New Endorser Strategy: China

- Endorser Strategy in China

2015-2016 Endorser 昆凌

- ✓ 首次採用名人擔任品牌代言人。
- ✓ 與亞洲天王周杰倫結婚、懷孕生子一連串喜訊引發網友熱烈討論吸引追隨者，打開中國市場。



2017 New Endorser 趙又廷

- ✓ 首次採用知名男藝人擔任品牌代言人。
- ✓ 趙又廷為2017網路播放量超過400億陸劇-三生三世十里桃花男主角，趙又廷微博粉絲數1258萬，將透過其知名度及男神經濟進一步推升品牌聲量。



New Endorser Strategy: China

- Endorser Strategy in China

DR.WU
CLINICAL SKINCARE



2018 China New Endorser

Janine Chang(張鈞甯)

- ✓ 合作時間：2018Q1-2018Q4
- ✓ 合作內容：膠囊面膜系列
- ✓ 微博粉絲數 1138萬、百度指數 28952
- ✓ 代表作品：武媚娘傳奇、軍師聯盟、閨蜜2



透過醫師、專家、美容編輯、藝人、KOL等多方位散播其專業知識及影響力的全方位的種草計畫，以提升品牌知名度及口碑。

Doctors
Professors
Beauticians
Industry Experts

Internet Celebrities
Bloggers
Youtubers
IGmers

Beauty Editors Reporters

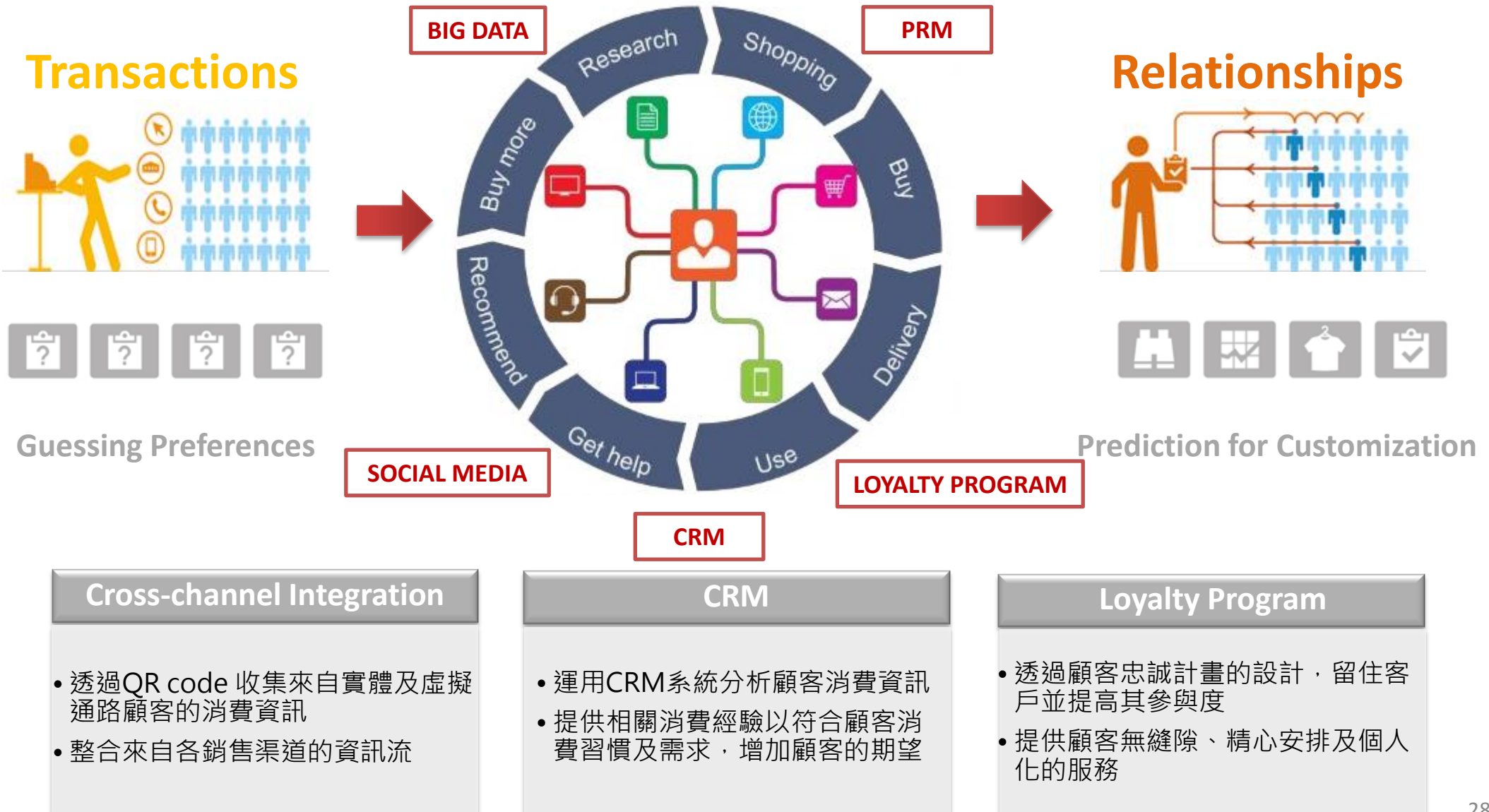
Musicians Actors
Artists

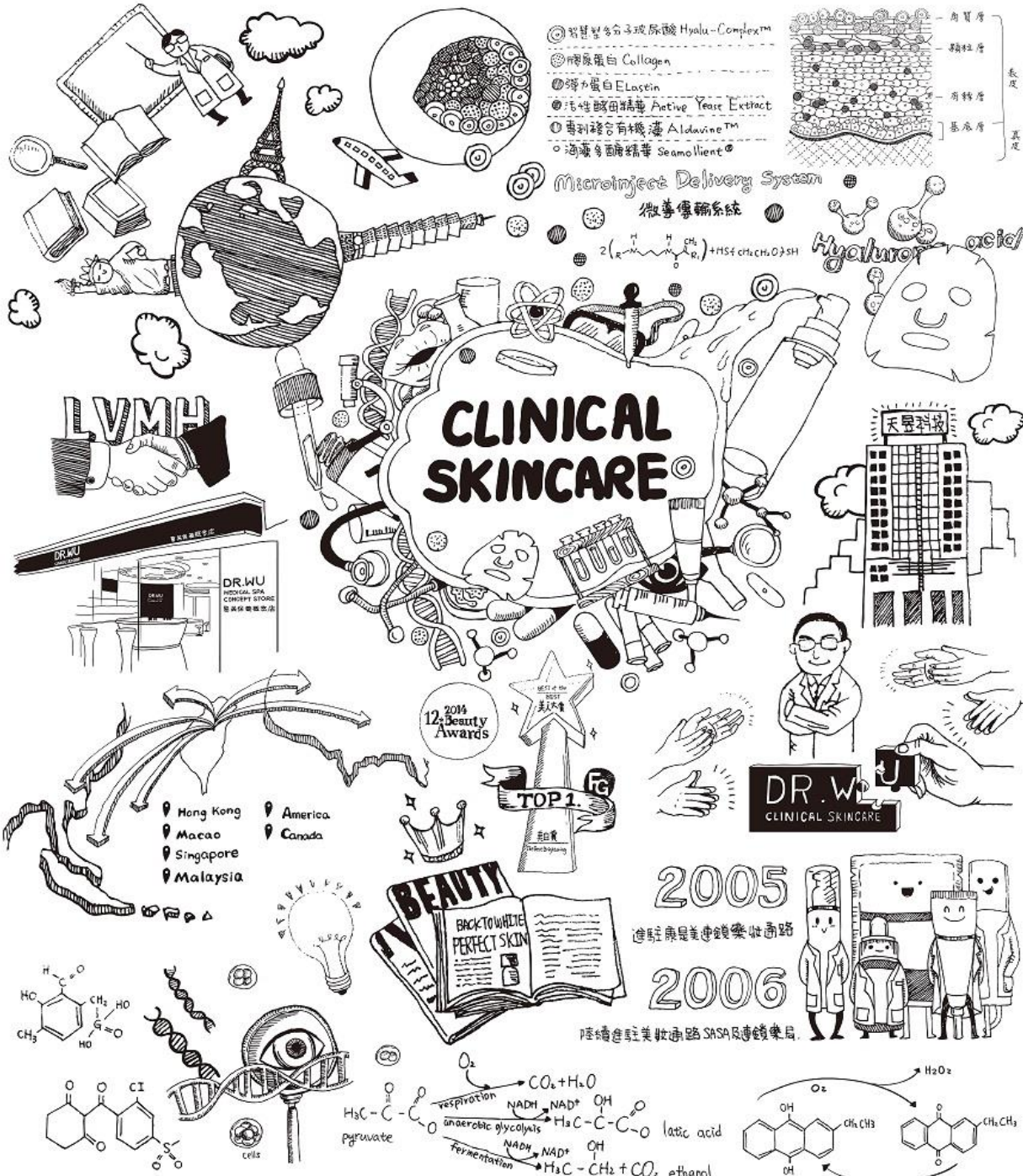
VIPs
Wu Club Fans
Channel Members



Marketing Strategy : Omni-Channel CRM System

- From Transactions to Relationships





Thank You

*"Your Personal Doctor
For Your Perfect Skin"*

-DR.WU

Contact Information

Jennifer Tu, CFO ext. 830

Fiona Chiu, Financial Manager ext. 702

TEL : +886-2-2369-9888

Mobile : +886-905-685-503

E-mail : ir@drwu.com