



---

黑松股份有限公司  
HEYSONG CORP.  
股票代碼:1234

2025年第二次  
法人說明會

# 免責聲明

- 本簡報合併財務數字係根據國際財務報導準則編製，並經由會計師查核(核閱)簽證。
- 本簡報內容非經由本公司書面許可，任何第三者不得任意取用或複製。

# 會議議程

公司概況

經營成果

財務績效

未來展望

## 公司簡介

黑松股份有限公司	
設立登記日期	1969年12月13日
股票上市	1999年3月12日
資本額	40.2億
董事長	張斌堂
公司地址	台北市大安區信義路四段296號3樓
工廠	中壢廠、斗六廠
員工人數	590人(截至11月底止)

## 理念與堅持



**經營理念**  
誠實服務



**使命**  
優質生活的好伙伴



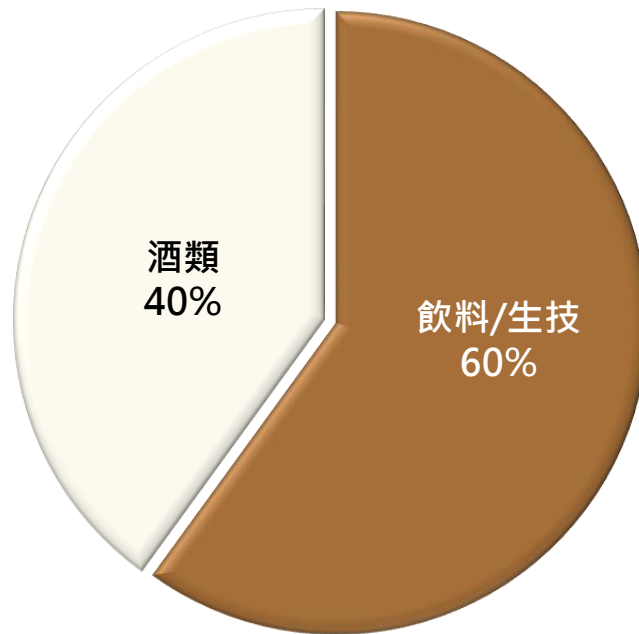
**願景**  
安心飲食、健康歡樂  
智能營運、友善環境

## 投資架構

### 黑松股份有限公司



## 2025年1-9月產品別營收比重



58°金門高粱酒

とどけ、梅のちから。  
CHOYA



HAKUSHIKA  
SAKE  
JAPAN 1662



黑松沙士

FIN

黑松茶花

C&C



黑松生技 H<sup>+</sup>



## 台灣總體非酒精飲料市場規模與市佔率

品類 \ 期間	2025年1-9月	2024年
台灣總體非酒精飲料市場 (億元)	525	678
茶類飲料	205	260
果蔬汁	49	72
咖啡飲料	44	55
碳酸飲料	47	61
礦泉水	27	36
運動飲料	29	37
其他非酒精飲料	124	157
黑松總體非酒精飲料市佔率	6.7%	6.8%

資料來源：

(1) 台灣總體非酒精飲料市場：經濟部統計處-工業產銷存動態調查。(2) 黑松總體非酒精飲料市佔率：黑松銷售資料。





# 大陸投資

# 黑松商貿(蘇州)有限公司

投資年度：2015年

資本額：美金800萬元（約新台幣2.62億元）

營業收入：2024年 7,364萬元人民幣

2025年1-9月 5,940萬元人民幣

稅後利益：2024年 347萬元人民幣

2025年1-9月 394萬元人民幣

## 資產管理-主要不動產

公司	座落地區	土地		房屋	
		面積(坪)	帳面淨值(百萬元)	面積(坪)	帳面淨值(百萬元)
黑松公司	中壢廠	33,106	1,387	26,013	602
	斗六廠	23,268	304	12,112	14
	台南鹽東段	1,327	303	1,136	14
松新公司	深坑永安段	11,723	1,114	5,043	352
	台北通化段	258	252	2,826	17
黑松資產公司	台北敦化段 (微風廣場)	5,115	3,953	22,345	824
其他		506	18	0	0
合計		75,303	7,331	69,475	1,823

註1：土地帳面淨值已扣除土地增值稅準備。房屋帳面淨值已扣除累計折舊準備。

註2：中壢廠及斗六廠均自用。

台南鹽東段一部分自用，一部分出租，從2024年8月起出租部分，2025年全年租金約240萬元。

深坑永安段及台北通化段一部分自用，一部分出租，2025年全年租金約4仟5百萬元。

台北敦化段(即微風廣場)均出租，2025年全年租金約5億5仟萬元。

# 2025三大營運方針成果



生活品牌



超越代理



進化銷售

## 生活品牌

## 貼近消費者生活 創造最有價值的共鳴

### 黑松100週年 時光地圖數位活動



**LINE BIZ-Solutions Award**

最佳創意內容運用獎 金獎



**金手指獎**

視覺創意獎 銀獎



**4A創意獎**

最佳數位視覺 佳作



**時報金像獎**

技術類最佳美術 佳作

### 黑松沙士



**就是台！雞排城行銷活動**

金手指獎 跨界行銷獎 銅獎



**「超台超搭餐」年度廣告**

4A創意獎 最佳短秒數影片創意 銀獎  
最佳影片系列 銅獎

### 韋恩咖啡



**「醒不來」年度廣告影片**

**D&AD Awards** 創意大獎 銀獎

# 生活品牌

**黑松生技 H<sup>+</sup> 營養師專業推薦 守護全家人的健康**



## 超越代理

## 開發聯名商品 增加品牌使用時機





## 超越代理

## 創新50度以上金高品牌價值、開發新客群

1

打造瓶陳老酒第一品牌  
「58金高千日醇」

2

跨界開發「桶陳高粱酒」  
滿足新客群

3

開發限量主題酒  
拓展新市場



## 進化銷售

## 開設連鎖酒類專賣店



全台第一家跨品類  
複合式酒類專賣店

# 12/3 正式開幕





## 進化銷售

## 開設連鎖酒類專賣店

傳統  
酒專



傳統  
酒吧



新型態營運模式

酒專 + 調飲吧



## 進化銷售

飲料電商成長37%！



消費習慣提升

黑松  
100  
轉動 · 感動



黑松100週年操作



特規商品

## ■ 黑松100週年限定紀念品



黑松100紀念罐



柑仔店 (收納DIY組)



黑松×TOMICA  
「台灣黑松經典復刻運輸車」



黑松復古送貨腳踏車



黑松沙士悠遊卡



黑松招牌鑰匙圈



黑松飲料自動販賣機公仔



黑松飲料夾娃娃機

## 環境



飲料業取得最多  
產品碳足跡標籤

-11 項飲料產品-

每噸產品用水量3.87噸  
較前一年減少4%

每噸產品碳排放119.41噸  
較前一年減少2%

## 社會



所有保健產品  
AA無添加認證

-9項保健產品-



黑松教育基金會 榮獲

環境部生態學校  
卓越貢獻獎

## 公司治理

 TCSA 台灣企業永續獎  
TCSA台灣企業永續獎  
永續報告銀級獎

連續3年入圍  
商周碳·競爭力100強

## 近五年營運概況

單位：新台幣百萬元

12,000  
11,500  
11,000  
10,500  
10,000  
9,500  
9,000  
8,500  
8,000

2020

2021

2022

2023

2024

■ 營收

■ EPS

2.22

1.98

2.21

2.36

2.36

9,205

9,223

9,558

10,576

10,251

單位：新台幣元

2.50

2.00

1.50

1.00

0.50

-

■ 2025前三季營業收入7,308百萬元，EPS 1.57元。

合併綜合損益表

(單位：新台幣百萬元)

	<u>2025年1-9月</u>	<u>2024年1-9月</u>
營業收入	\$ 7,308	\$ 7,976
營業成本	<u>(5,194)</u>	<u>(5,558)</u>
營業毛利	2,114	2,418
營業費用	<u>(1,817)</u>	<u>(1,798)</u>
營業淨利	297	620
營業外收入及支出	<u>490</u>	<u>378</u>
稅前淨利	787	998
本期淨利	<u>632</u>	<u>791</u>
每股盈餘(元)	<u>\$ 1.57</u>	<u>\$ 1.97</u>

合併資產負債表

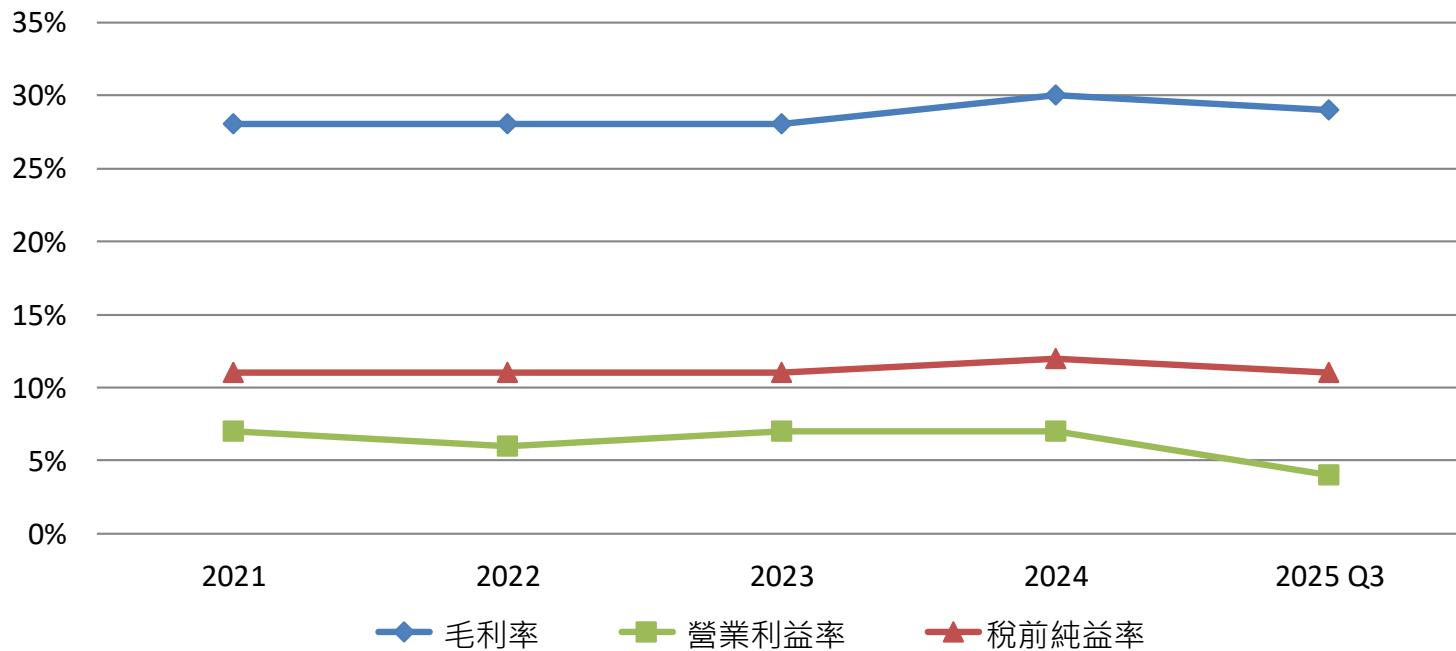
<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2025/09/30</u>	<u>2024/12/31</u>	<u>2024/09/30</u>
現金及約當現金	\$ 1,148	\$ 1,354	\$ 1,121
應收款項淨額	1,148	795	1,244
存貨	6,402	5,717	5,767
採用權益法之投資	772	810	825
不動產、廠房及設備	6,208	6,284	6,301
投資性不動產	7,519	7,543	7,547
<u>資產總計</u>	<u>24,152</u>	<u>23,688</u>	<u>23,804</u>
短期借款	2,050	1,550	1,600
<u>負債總計</u>	<u>5,459</u>	<u>4,853</u>	<u>5,121</u>
<u>權益總計</u>	<u>18,693</u>	<u>18,835</u>	<u>18,683</u>
<u>每股淨值(元)</u>	<u>\$ 46.5</u>	<u>\$ 46.9</u>	<u>\$ 46.5</u>

合併現金流量表

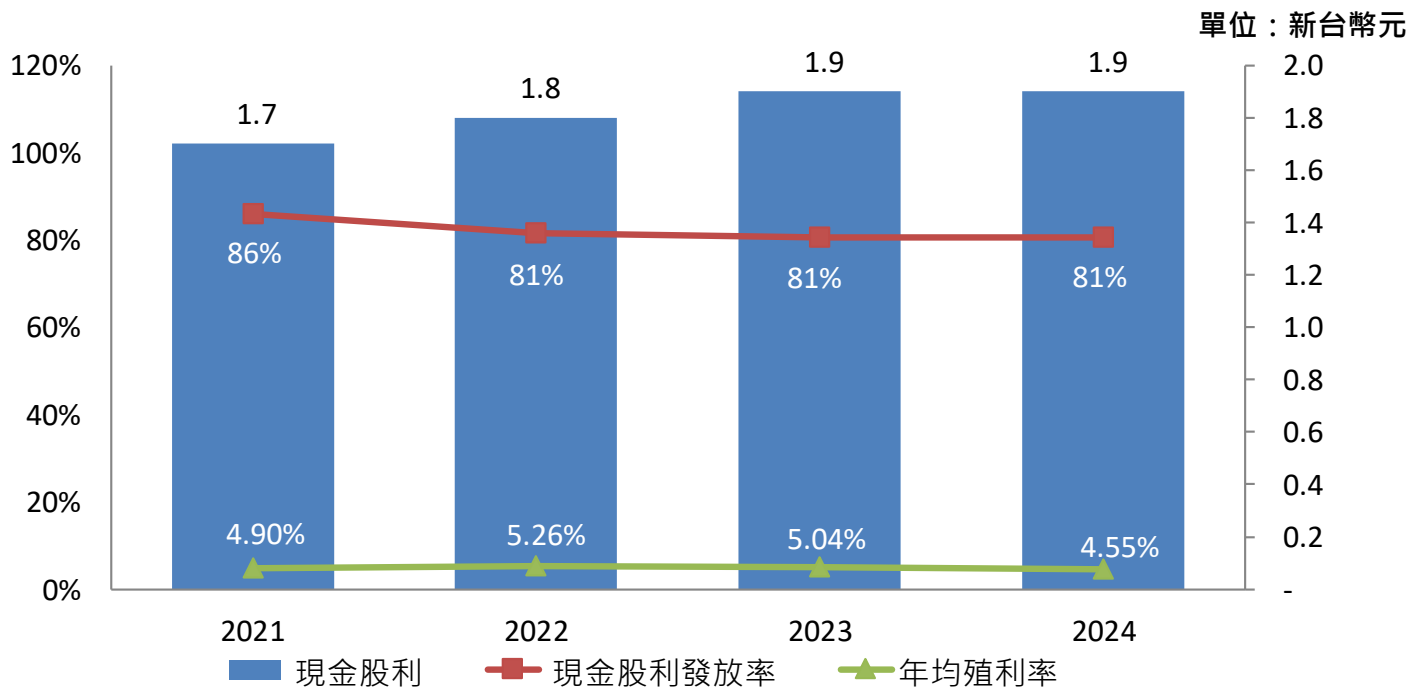
<u>(單位：新台幣百萬元)</u>	<u>2025年1-9月</u>	<u>2024年1-9月</u>
營業活動之淨現金流(出)入	\$ (58)	\$ 123
投資活動之淨現金流入(出)	141	(622)
籌資活動之淨現金流(出)入	(278)	119
<u>匯率變動對現金及約當現金之影響</u>	<u>(11)</u>	<u>12</u>
<u>本期現金及約當現金減少數</u>	<u>(206)</u>	<u>(368)</u>
<u>期末現金及約當現金餘額</u>	<u>\$ 1,148</u>	<u>\$ 1,121</u>



## 近五年獲利表現



## 股利政策



## 永續發展

## 呼應SDGs 創造企業價值

### 設定2030年目標邁向永續轉型



促進節能減碳與智能生產



擴大產品綠色設計



推動供應商永續管理



健全風險/機會管理機能

SDGs

6 淨水及衛生



7 可負擔的  
潔淨能源



12 責任消費  
及生產



13 氣候行動



1

## 跨足實體通路經營

- 新事業發展 - 黑松酒專「酒覓」

2

## 打造綠色生產基地

- 產品面：自有品牌減塑與綠色設計
- 生產面：數位化能源管理及節能方案
- 產銷面：推動數據整合系統，實現產銷存即時資訊流運用

# Q & A