



2020年愛之味法人說明會

2020 AGV Products Corporation Investor Conference



By AGV Products Corporation
2020.09.29

免責聲明 Disclaimer

本簡報合併財務數字乃根據國際財務報導準則編製，並經由會計師查核簽證。
The consolidated financial numbers are based on International Financial Reporting Standards (IFRS), also audited and attested by CPA.

非經愛之味公司事先書面許可，任何人不得使用或複製本簡報及其內容。
No one will be allowed to use or reproduce this presentation and its contents without the prior written permission of AGV Products Corporation.

蔡淑滿會計師、李清霖會計師
國富浩華聯合會計師事務所
高雄市四維三路6號27樓
<https://www.crowehorwath.net/tw>

愛之味食品生技集團 AGV Food Biotech Group



引領食品潮流
創造消費趨勢

集團及產品系列 Group & Product Series Brief

創立於民國 60年
Founded in 1971

愛之味食品生技集團
AGV Food Biotech Group



文化美食 Traditional Savory Delicacies



- 醬菜系列 Vegetable Pickle Series
- 甜點系列 Canned Dessert Series
- 調理系列 Cooking & Dressing Series
- 魚罐系列 Canned Fish Series
- 食用油系列 Edible Oil Series

保健食品 Supplements



- 益生菌 Probiotics
- 葉黃素 Lutein
- 牛蒡/山苦瓜 Burdock & Goya
- 紅麴/納豆 Anka & Natto
- 魚油 Fish Oil

健康飲品 Healthy Drinks



- 雀巢茶品系列 Nestea Series
- 功能茶系列 Functional Tea Series
- 燕麥奶系列 Oat Drink Series
- 穀物水系列 Grain Drink Series
- 果汁/椰奶 Juice & Coconut Milk



愛之味以三位一體、跨部門功能整合『研產銷平台』，搭配饒富創意的廣告行銷以及遍佈台灣的專業營銷團隊及36,000個銷售網點，打造用以區隔市場競爭的持久性競爭優勢。AGV builds competitive advantages for market segmentation by tri-unity of function-integrated cross-division platform of R&D, production, sales and marketing, along with creative advertisement and marketing activities, professional sales team and 36,000 retail outlets all over Taiwan.

108年度營業速報 2019 Annual Flash Report (1)

關鍵數字及營運策略快速回顧 (Quick review on key figures and business strategies)

年度(Fiscal Year)	107年度 (FY2018)	%	108年度 (FY2019)	%	+/- %
營業收入 Operating Revenue	4,322	100.0%	4,468	100.0%	↑ 3.4%
銷貨毛利 Gross Profit	1,381	31.9%	1,411	31.6%	↑ 2.2%
營業費用 Operating Expense	1,314	30.4%	1,278	28.6%	↓ -2.7%
營業淨利 Net Operating Profit	67	1.6%	132	3.0%	↑ 97.0%
稅前利益 EBIT	58	1.3%	70	1.6%	↑ 20.2%
本期純益 Net Profit	63	1.5%	65	1.5%	↑ 4.2%



108年度營運策略 2019 Business Strategies

1. 全員市場導向，累積消費忠誠。Market-oriented, accumulate consumer loyalty.
2. 全員產品導向，堅持健康美味。Product-oriented, insist healthy and delicious.
3. 全員公司導向，達成社會責任。Company-oriented, achieve social responsibility.

* 數字(除EPS外)以百萬為單位，百分比則以實際數字計算。Numbers (except EPS) expressed in million, % in actual numbers.

108年度營運總覽 2019 Business Summary (2)

年度營運報告 (Annual Operation Summary)

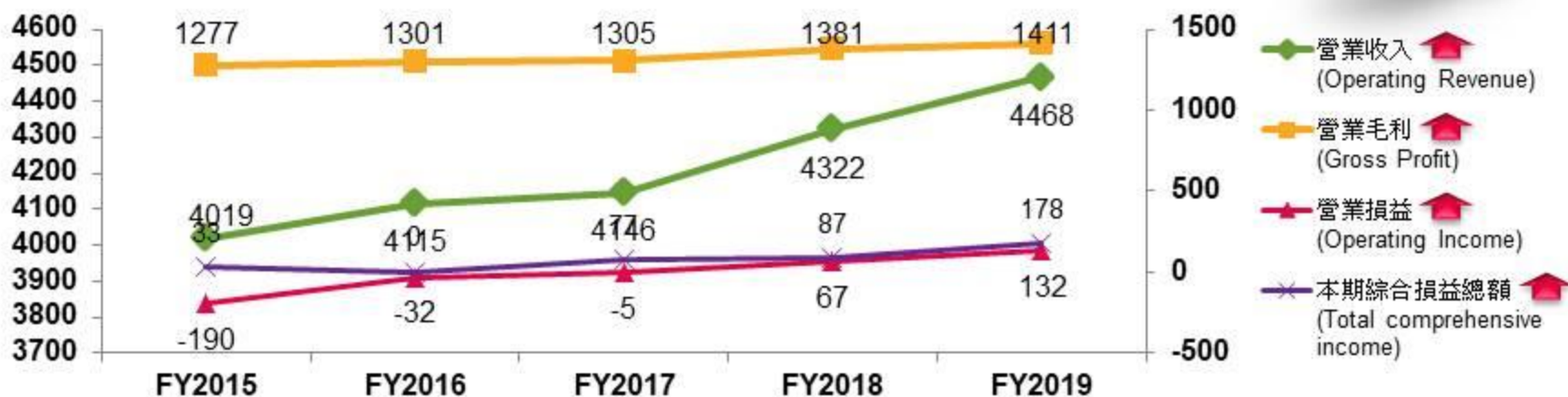
單位: 新台幣百萬元 (Unit: NT\$ millions)

年度 (Fiscal Year)	FY2017		FY2018 vs. FY2017 YoY (%)	FY2018		FY2019 vs. FY2018 YoY (%)	FY2019	
項目 (Item)		Weight (%)			Weight (%)			Weight (%)
營業收入 (Operating Revenue)	4,146	100.0%	4.2%	4,322	100.0%	3.4%	4,468	100.0%
營業毛利 (Gross Profit)	1,305	31.5%	5.8%	1,381	32.0%	2.1%	1,410	31.6%
營業費用 (Operating Expense)	1,310	31.6%	0.3%	1,314	30.4%	-2.7%	1,278	28.6%
營業損益 (Net Operating Profit)	(5)	-0.1%	1440.0%	67	1.6%	97.0%	132	3.0%
稅前淨利 (EBIT)	152	3.7%	-61.8%	58	1.3%	20.7%	70	1.6%
本期淨利 (Net Profit)	145	3.5%	-56.6%	63	1.5%	3.2%	65	1.5%

108年度營運損益 2019 Operation P&L Report (3)

合併簡明損益表 (Condensed Consolidated Income Statement)

單位: 新台幣百萬元, 除每股盈餘以外. (Unit: NT\$ millions except earnings per share amounts)



年度 (Fiscal Year)	FY2016		FY2017		FY2018		FY2019		
項目 (Item)/ 單位 (Unit): \$ million	FY2015	vs. FY2015 YoY (%)	FY2016	vs. FY2016 YoY (%)	FY2017	vs. FY2017 YoY (%)	FY2018	vs. FY2018 YoY (%)	FY2019
營業收入 (Operating Revenue)	4,019	2.4%	4,115	0.8%	4,146	4.2%	4,322	3.4%	4,468
營業毛利 (Operating Profit)	1,277	1.9%	1,301	0.3%	1,305	5.9%	1,381	2.2%	1,411
營業損益 (Operating Income)	(190)	83.4%	(32)	84.0%	(5)	1421.2%	67	97.0%	132
本期淨利 (Net Income)	60	93.2%	115	25.8%	145	-56.6%	63	*4.2%	65
本期其他綜合損益 (Other comprehensive income)	(27)	-331.7%	(116)	40.9%	(68)	135.1%	24	370.8%	113
本期綜合損益總額 (Total comprehensive income)	33	-100.4%	(0)	59692.2%	77	13.2%	87	104.6%	178
本期每股盈餘 (Earnings per Share)	0.09	133.3%	0.21	28.6%	0.27	-63.0%	0.10	0.0%	0.10

* 數字(除EPS外)以百萬為單位, 百分比則以實際數字計算。Numbers (except EPS) expressed in million, % in actual numbers.

108年度營運損益 2019 Operation P&L Report (4)

個體簡明損益表 (Condensed Individual Income Statement)

單位: 新台幣百萬元, 除每股盈餘以外. (Unit: NT\$ millions except earnings per share amounts)



年度 (Fiscal Year)	FY2016		FY2017		FY2018		FY2019		
項目 (Item)/ 單位 (Unit): \$million	FY2015	vs. FY2015 YoY (%)	FY2016	vs. FY2016 YoY (%)	FY2017	vs. FY2017 YoY (%)	FY2018	vs. FY2018 YoY (%)	FY2019
營業收入 (Operating Revenue)	3,369	2.6%	3,459	-0.4%	3,446	4.7%	3,607	4.8%	3,781
營業毛利 (Operating Profit)	1,045	1.7%	1,062	-2.4%	1,037	5.5%	1,094	3.7%	1,134
營業損益 (Operating Income)	53	52.0%	80	-29.4%	56	*80.1%	102	*45.4%	148
本期淨利 (Net Income)	48	113.4%	103	28.9%	133	-64.0%	48	*0.4%	48
本期其他綜合損益 (Other comprehensive income)	(17)	-560.1%	(114)	41.5%	(66)	135.6%	24	*350.0%	106
本期綜合損益總額 (Total comprehensive income)	31	-133.0%	(10)	747.0%	67	7.3%	72	115.9%	154
本期每股盈餘 (Earnings per Share)	0.09	133.3%	0.21	28.6%	0.27	-63.0%	0.10	0.0%	0.10

* 數字(除EPS外)以百萬為單位, 百分比則以實際數字計算。Numbers (except EPS) expressed in million, % in actual numbers.

108年度營運財報 2019 Balance Sheet Report (5)

合併簡明資產負債表 (Condensed Consolidated Balance Sheet)

單位: 新台幣百萬元 (Unit: NT\$ millions)

項目 (Item)	年度 (Fiscal Year)		FY2016		FY2017		FY2018		FY2019	
	FY2015	vs. FY2015 YoY (%)	FY2016	vs. FY2016 YoY (%)	FY2017	vs. FY2017 YoY (%)	FY2018	vs. FY2018 YoY (%)	FY2019	
流動資產 (Current Assets)	2,204	-5.0%	2,093	-7.8%	1,929	4.3%	2,012	8.2%	2,177	
不動產、廠房、設備 (Property, Plant, Equipment)	3,360	-11.0%	2,991	-2.4%	2,919	6.3%	3,102	-3.7%	2,988	
無形資產 (Intangible Assets)	32	-20.0%	26	-20.7%	20	-16.7%	17	-35.3%	11	
其他資產 (Other Assets)	5,799	11.0%	6,435	14.6%	7,373	1.1%	7,454	3.6%	7,720	
資產總計 (Total Assets)	11,395	1.3%	11,546	6.0%	12,242	2.8%	12,585	2.5%	12,896	
流動負債 (Current Liabilities)	2,833	-0.5%	2,819	-3.0%	2,734	23.6%	3,380	-1.0%	3,346	
長期負債 (Non-Current Liabilities)	2,467	8.8%	2,685	26.0%	3,385	-13.3%	2,933	6.1%	3,111	
負債總計 (Total Liability)	5,301	3.8%	5,504	11.2%	6,118	3.2%	6,313	2.3%	6,457	
股東權益 (Total Equity)	6,094	-0.9%	6,041	1.4%	6,124	2.4%	6,272	2.7%	6,439	

108年度營運佔比 2019 Business Breakdown (6)

各品類營收佔比分析 (By category revenue/ weight analysis)

單位: 新台幣百萬元 (Unit: NT\$ millions)

項目 (Item)	品類 (Category)	傳統類 Pickles	甜點類 Desserts	飲料類 Drinks	穀奶類 Grain Milk	油 品 類 Edible Oil	保健類 Spplmnt	其他類 Others	總計 TTL
FY2017	營業收入 (Operating Revenue)	1,055	724	1,517	534	77	40	199	4,146
	金額占比 (Value Weight %)	25.4%	17.5%	36.6%	12.9%	1.9%	1.0%	4.8%	100.0%
FY2018	營業收入 (Operating Revenue)	1,026	756	1,573	650	77	36	204	4,322
	金額占比 (Value Weight %)	23.7%	17.5%	36.4%	15.0%	1.8%	0.8%	4.7%	100.0%
FY2019	營業收入 (Operating Revenue)	984	732	1,632	812	82	26	200	4,468
	金額占比 (Value Weight %)	22.0%	16.4%	36.5%	18.2%	1.8%	0.6%	4.5%	100.0%

109上半年度營運報告 2020 1st Half Updates (7)

合併簡明損益表 (Condensed Consolidated Income Statement)

單位: 新台幣千元 (Unit: NT\$ thousands)

項目 (Item)	年度 (Fiscal Year)	2019上半年 比 2018				2020上半年 比 2019					
		2018上半年 FY2018 1H	上半年 成長(%) FY2019 1H vs. FY2018 1H YoY (%)		2019上半年 FY2019 1H	上半年 成長(%) FY2020 1H vs. FY2019 1H YoY (%)		2020上半年 FY2020 1H			
營業收入 (Operating Revenue)		1,982,512	70,292	3.5%	2,052,804	97,766	4.8%	2,150,570			
營業毛利 (Operating Profit)		654,411	33.0%	10,923	1.7%	665,334	32.4%	56,639	8.5%	721,973	35.2%
營業費用 (Operating Expense)		610,155	30.8%	-15,155	-2.5%	595,000	29.0%	-2,331	-0.4%	592,669	28.9%
營業損益 (Operating Income)		44,256	2.2%	26,078	58.9%	70,334	3.4%	58,970	83.8%	129,304	6.3%
本期淨利 (Net Income)		8,390	0.4%	17,180	204.8%	25,570	1.2%	55,835	218.4%	81,405	4.0%

108年研發投資 2019 R&D Invest. & Results (8)

追求創新、堅持品質：長期智慧財產及國內外認證、獎項取得紀錄 (FY2017~FY2020)
(Summary for intellectual properties, certificates and awards acquisition)

FY2019：11 Awards、FY2020 1H：6 Awards

獲獎年份 Year	獎項 Awards	得獎內容說明 Contents Description	
4	FY2017	健字號 Health Claim 健之味莎莎豆奶榮獲健康食品認證 世界食品品質評鑑大賞 Monde Selection 健之味黃金燕玉米粒漿獲 Monde Selection 世界食品品質評鑑大賞 世界食品品質評鑑大賞 Monde Selection 健之味岩光生柑醋醬獲 Monde Selection 世界食品品質評鑑大賞 世界食品品質評鑑大賞 Monde Selection 健之味感慕味美醬台港食品科學技術學會新產品獎佳作	
	5	FY2018	世界食品品質評鑑大賞 Monde Selection 健之味岩露醬獲 Monde Selection 世界食品品質評鑑大賞 世界食品品質評鑑大賞 Monde Selection 健之味珍貴三明醬獲 Monde Selection 世界食品品質評鑑大賞 世界食品品質評鑑大賞 Monde Selection 健之味牛奶花生醬獲 Monde Selection 世界食品品質評鑑大賞 健字號 Health Claim 益補花糖生牛痘粉未食品榮獲健康食品認證 國家品質標準 SNQ National Quality Award 健之味 UNIVITA 適糖低糖醬粉榮獲 SNQ 國家品質標準
		11	FY2019
6			FY2020 (1月-6月)



108年研發投資 2019 R&D Invest. & Results (9)

食品業是高科技產業：長期投資研發預算取得豐碩成果，強化競爭優勢、提升企業價值。
(Food is high-tech industry: Long-term R&D investments help achieve fruitful results, strengthen competitive advantages and elevate corporate value.)

年度別 (Year) 單位: PCS	FY2017 (106年度)	FY2018 (107年度)	FY2019 (108年度)
新產品上市(改良)件數 NPD/ Improvement	15	12	27
研究報告書件數 Research Reports	40	36	23
取得專利件數 Patterns	0	0	2
取得健康食品件數 Taiwan Health Claims	1	1	2
取得國內外獎項數 Int'l/ Domestic Awards	3	4	7
總件數 TTL	59	53	61

年度別 (Year) 單位: NT\$ thousand	研發費用 R&D Investment	營業淨額 Annual Revenue	佔營業淨額比重 R&D Investment %
FY2015	41,259	4,019,258	1.03%
FY2016	46,569	4,114,545	1.13%
FY2017	46,957	4,146,490	1.13%
FY2018	40,791	4,321,819	0.94%
FY2019	42,452	4,468,238	0.95%



食品品質檢驗儀器、電子秤、電子秤、電子秤、電子秤、電子秤、電子秤

108年市場地位 2019 Market Captaincy (10)

2019年愛之味各品類市場地位報告：(FY2019 category captaincy report)

	<table border="1"> <tr> <td>愛之味市場地位 (AGV Captaincy)</td> <td>第一位 (1st)</td> </tr> <tr> <td>市場區隔 (Mkt segment)</td> <td>素食罐頭 Canned Vegetable</td> </tr> <tr> <td>市場規模 (Mkt size)</td> <td>NT\$27 億 NT\$2.7 billion</td> </tr> </table>	愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)	市場區隔 (Mkt segment)	素食罐頭 Canned Vegetable	市場規模 (Mkt size)	NT\$27 億 NT\$2.7 billion			<table border="1"> <tr> <td>愛之味市場地位 (AGV Captaincy)</td> <td>第一位 (1st)</td> </tr> <tr> <td>市場區隔 (Mkt segment)</td> <td>鮭魚罐頭 Canned Tuna</td> </tr> <tr> <td>市場規模 (Mkt size)</td> <td>NT\$7 億 NT\$0.7 billion</td> </tr> </table>	愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)	市場區隔 (Mkt segment)	鮭魚罐頭 Canned Tuna	市場規模 (Mkt size)	NT\$7 億 NT\$0.7 billion	
愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)																
市場區隔 (Mkt segment)	素食罐頭 Canned Vegetable																
市場規模 (Mkt size)	NT\$27 億 NT\$2.7 billion																
愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)																
市場區隔 (Mkt segment)	鮭魚罐頭 Canned Tuna																
市場規模 (Mkt size)	NT\$7 億 NT\$0.7 billion																
	<table border="1"> <tr> <td>愛之味市場地位 (AGV Captaincy)</td> <td>第一位 (1st)</td> </tr> <tr> <td>市場區隔 (Mkt segment)</td> <td>穀物飲 Oat Drink</td> </tr> <tr> <td>市場規模 (Mkt size)</td> <td>NT\$12 億 NT\$1.2 billion</td> </tr> </table>	愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)	市場區隔 (Mkt segment)	穀物飲 Oat Drink	市場規模 (Mkt size)	NT\$12 億 NT\$1.2 billion			<table border="1"> <tr> <td>愛之味市場地位 (AGV Captaincy)</td> <td>第一位 (1st)</td> </tr> <tr> <td>市場區隔 (Mkt segment)</td> <td>甜罐點心 Canned Dessert</td> </tr> <tr> <td>市場規模 (Mkt size)</td> <td>NT\$20 億 NT\$2.0 billion</td> </tr> </table>	愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)	市場區隔 (Mkt segment)	甜罐點心 Canned Dessert	市場規模 (Mkt size)	NT\$20 億 NT\$2.0 billion	
愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)																
市場區隔 (Mkt segment)	穀物飲 Oat Drink																
市場規模 (Mkt size)	NT\$12 億 NT\$1.2 billion																
愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)																
市場區隔 (Mkt segment)	甜罐點心 Canned Dessert																
市場規模 (Mkt size)	NT\$20 億 NT\$2.0 billion																
	<table border="1"> <tr> <td>愛之味市場地位 (AGV Captaincy)</td> <td>第一位 (1st)</td> </tr> <tr> <td>市場區隔 (Mkt segment)</td> <td>功能茶 Functional Tea</td> </tr> <tr> <td>市場規模 (Mkt size)</td> <td>NT\$35 億 NT\$3.5 billion</td> </tr> </table>	愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)	市場區隔 (Mkt segment)	功能茶 Functional Tea	市場規模 (Mkt size)	NT\$35 億 NT\$3.5 billion			<table border="1"> <tr> <td>愛之味市場地位 (AGV Captaincy)</td> <td>第一位 (1st)</td> </tr> <tr> <td>市場區隔 (Mkt segment)</td> <td>中式即飲茶 Chinese RTD Tea</td> </tr> <tr> <td>市場規模 (Mkt size)</td> <td>NT\$10 億 NT\$1.0 billion</td> </tr> </table>	愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)	市場區隔 (Mkt segment)	中式即飲茶 Chinese RTD Tea	市場規模 (Mkt size)	NT\$10 億 NT\$1.0 billion	
愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)																
市場區隔 (Mkt segment)	功能茶 Functional Tea																
市場規模 (Mkt size)	NT\$35 億 NT\$3.5 billion																
愛之味市場地位 (AGV Captaincy)	第一位 (1 st)																
市場區隔 (Mkt segment)	中式即飲茶 Chinese RTD Tea																
市場規模 (Mkt size)	NT\$10 億 NT\$1.0 billion																

* 其餘未列出居各品類領先地位之品項：韓式泡菜、素食沙茶、甜辣醬、鮮採蕃茄、莎莎亞椰奶、寒天、雀巢檸檬茶等。

108年新品開發報告 2019 NPD Reports (11)

2019年愛之味新品上市介紹：
(FY2019 AGV new product launch introduction)

2019 **NEW LAUNCH**

NESTEA有機茶系列新品介紹

雀巢茶品有機甘菊茶
(洋甘菊風味)

- 有機洋甘菊使用
- 獲得有機認證, 也是有機認證, 歐盟(申請中)
- 470毫厘無酒精飲料(業界最高)
- 無糖、無人工香料
- 無防腐劑

9月中上市
NTD 35 (每瓶)

全球第一
歐洲有機茶類申請通過4.4分, 全球上市前
無忌食, 含有12項有機認證標章



愛之味有機燕麥 Organic Oat Drink

USDA有機認證

A.A.無添加糖類 三星最高純淨
成分單純只有水與燕麥

每瓶含β-glucan 1g
可降低 LDL 膽固醇

無乳糖、零膽固醇
適合乳糖不耐症及素食者

同時已取得台灣有機認證

零售包裝: PET340 X 12入

零售通路: 美國好市多



愛之味多纖微糖麥仔茶(無糖)

- 選用美國種植大麥, 經紅外線高溫烘乾, 雙倍炒炒, 盡提完整纖維: 「更甜更佳的麥香」、「中味醇口的麥香」、「更清潤的入口」
- 有機糖類精製: 雙倍纖維(即內含精化性雙倍纖維(日本)每杯含4.4g纖維, 滿足一般消費者1/3倍纖維內含, 幫助代謝便秘)
- 無糖與精製: 零膽固醇(即內含精化性雙倍纖維(日本)每杯含4.4g纖維, 滿足一般消費者1/3倍纖維內含, 幫助代謝便秘)
- 無防腐劑: 雙倍纖維(即內含精化性雙倍纖維(日本)每杯含4.4g纖維, 滿足一般消費者1/3倍纖維內含, 幫助代謝便秘)

全球第一
雙倍纖維(即內含精化性雙倍纖維(日本)每杯含4.4g纖維, 滿足一般消費者1/3倍纖維內含, 幫助代謝便秘)



NESTEA奶茶系列新品介紹

世界精選 沖繩黑糖奶茶 X2

- 日本沖繩黑糖使用
- 純淨紐西蘭乳清
- 無防腐劑添加

全球第一
NTD 30 (每瓶)

雙倍濃郁 阿羅姆奶茶 X2

- 嚴選阿羅姆紅茶
- 純淨紐西蘭乳清
- 無防腐劑添加

全球第一
NTD 32 (每瓶)

雙倍濃郁 法式巧克力奶茶 X2

- 法國巧克力使用
- 純淨紐西蘭乳清
- 無防腐劑添加

全球第一
NTD 32 (每瓶)



愛之味萊維納燕麥拿鐵系列

LAVENA 是西班牙文燕麥的意思, 以燕麥奶打造 Dairy Free Oat Latte 已成為一股新潮流, 享受香醇拿鐵的同時也攝取到燕麥營養

- 高鈣的現代牛奶: 以高鈣的現代牛奶, 雙倍添加鮮奶原口, 濃滑高鈣香醇好喝
- 高鈣高鈣高纖維: 高鈣高鈣高纖維, 雙倍添加鮮奶原口, 濃滑高鈣香醇好喝
- 無乳糖: 可讓乳糖不耐症的人輕鬆享用香醇拿鐵
- 全植物100% Plant Based: 全植物性的健康乳品, 減碳更友好

全球第一
【紅標高鈣拿鐵】



愛之味麥仔茶-濃鮮奶茶

- 高式蒸餾純大麥工法, 高式蒸餾純大麥工法, 高式蒸餾純大麥工法, 高式蒸餾純大麥工法
- 乳含量50%, 入口即化, 入口即化, 入口即化, 入口即化
- 品質最單純的好, 無防腐劑, 無防腐劑, 無防腐劑, 無防腐劑

全球第一
【紅標高鈣拿鐵】



花生八寶

花生八寶



5星級甜點

牛奶花生



花生豆花

花生豆花



花生米奶

花生米奶

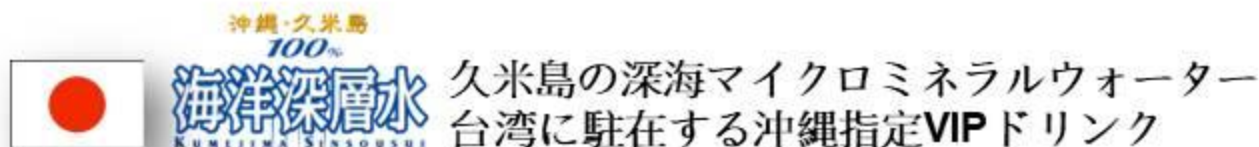


108年新品開發報告 2019 NPD Reports (12)

2019年愛之味新品上市介紹：
(FY2019 AGV new product launch introduction)

2019

NEW LAUNCH



ドッキリ
大成功

OKINA
DEEP

沖繩

久米島深海微礦水
Kumejima Shinkai Maikuromineraru Water

久米島の人が集まる場所には、いつも美味しい水があります。100%海洋深層水を使用し、喉ごしまろやかなの美味しい水に仕上げました。美味しい水があれば食がすすみます。

新発売!

okinawa

台湾7-11で独占販売

サポートユニット:



沖縄県産業振興公社
Okinawa Industry Promotion Public Corporation



久米島海洋深層水開発(株)



108年新品開發報告 2019 NPD Reports (13)

2019年愛之味新品上市介紹：
(FY2019 AGV new product launch introduction)

2019 **NEW LAUNCH**



台灣第一家取得無菌冷充輸美食品生產登記准證
FCE/SID (Food Canning Establishment & Process Filings)
成功於美國好市多上市 Successfully Listed in US COSTCO.



美國
有機認證

台灣
有機認證

A.A.無添加
三星最高級

b-葡聚醣降
LDL膽固醇



THE BEST THINGS TO BUY AT COSTCO for Clean Eating



109上半新品開發報告 2020 1H NPD Reports (14)

2020上半年新品上市介紹：
(FY2020 1H New product launch introduction)

2020 1H **NEW LAUNCH**



雀巢雙倍濃郁
巧克力奶茶
2X濃!

優勢：全球最大食品公司雀巢
Advantage: World's No.1 Food Company



日東藥品工業株式会社
台湾における商標の専用使用権と、
独占販売権を取得

OKINA
益身菌
KAYIN
喝出防禦力
家醫指定水

優勢：日本最大益生菌供應藥廠
Advantage: Japan's No.1 probiotics supplier



牛奶花生

優勢：台灣國民甜點銷售冠軍
Advantage: Taiwanese dessert top seller



純濃燕麥
防疫雙效

優勢：植物蛋白高成長明星品類
Advantage: Plant protein high growth category

109 下半年新品開發報告 2020 2H NPD Reports (15)

2020下半年新品上市介紹：
(FY2020 2H New product launch introduction)

2020 2H **NEW LAUNCH**

👍 7/15 上市

👍 9/23 上市

👍 9/25 上市



強強搭配+廣宣創意
建構品類成長驅動力

Build up category growth driver with complementary potential materials & marketing creative.

雀巢品牌+健康字號
精準目標藍海市場

Target blue ocean category with Nestea brand strength and health claim.

節慶需求+生活趨勢
品牌延伸至利基品類

Extend brand to niche category via festival demand & life trends.

108年企業社會責任報告 2020 CSR Reports (16)

社會責任、產學合作、創意創價、市場行銷、產業提升



1. 參與罐頭、飲料公會、食品所、食科學會、金屬中心、穀協、穀研所及各校CSR推動。
2. 協助台灣罐頭食品工業同業公會產業服務，獲頒全國性職業團體績效評鑑『優等團體』。
3. 落實政府食安三級品管制度，建立熱殺菌自主量測制度，提升產業自主管理與商業競爭力。
4. 協助產業與政府優化『食安管理系統驗證作業程序』，延長效期、簡化流程、降低費率。
5. 與雲科大、罐頭公會產學合作，舉辦第2屆Canstruction公益罐頭造型設計競賽公益活動。
6. 與世新大、罐頭公會、食品所及社福團體合作舉辦第1屆台灣罐頭產品公益創意設計競賽。
7. 與台灣大學合作開設健康穀物雜糧產品開發實作課程，培訓產業現職及學生食科人材。
8. 提案整合農糧署、食品所及國內食品大廠，舉辦國產農糧原料防疫罐頭食品競賽活動。

108年企業社會責任報告 2020 CSR Reports (17)





長期營運策略 Long-term Operation Strategy

1. 『追求健康促進』：健康促進為核心產品利益，讓消費者明日更健康。
Pursue "health promotion" as core product benefit to bring consumers a healthier tomorrow.
2. 『堅持創新為王』：堅持創新為王的研發理念，引領食品產業新潮流。
Persist with R&D concept of "innovation first" to lead food industry new fashion.
3. 『持續品牌投資』：強化品牌資產與消費忠誠，創造消費市場大趨勢。
Continuous branding investment on brand assets & consumer loyalty to create FMCG trend.
4. 『邁向國際市場』：人才、專業、優勢為後盾，開發國際市場新商機。
Based on talent, expertise and competitive advantages to develop new international business.

① 研發品保優勢 R&D & QA/QC Advantages

屢獲國際大獎及國家認證：Int'l & national recognition

1. 多項全球最佳乳品創新大獎 (Granted many IDF awards)
2. 多項世界食品金牌獎 (Get many Monde Selection Awards)
3. 多項健康食品認證 (Acquire many healthy claims)
4. 產品符合美國FDA標準 (Meet US FDA standard)
5. 擁有多項關鍵專利項目 (Own key food/ drinks patterns)



② 產製優勢 Production Advantages

多項獨家先進技術領先業界：Exclusive advanced skills

1. 全套全自動無菌冷充填PET產線 (High-end PET line)
2. 全套全自動無菌利樂包TP產線 (High-end Tetra Pak line)
3. 美國FDA無菌冷充進口准證 (FDA SID approval on PET)
4. GMP, ISO22000, HACCP認證 (International Standard)
5. AS/ RS自動化倉儲優勢 (Warehouse automation)



③ 行銷優勢 Marketing & Sales Advantages

經驗豐富行銷業務團隊：Experienced marketing & sales team

1. 靈活彈性通路管理政策 (Responsive elastic trade mgmt.)
2. 經驗豐富行銷廣宣操作 (Experienced marketing operation)
3. 通路客戶往來關係良好 (Preferred supplier to buyers)
4. 品牌資產消費忠誠度高 (High consumer loyalty)
5. 餐飲、網路各特通合作 (Food service, on-line channel co-op)

④ 市場優勢 Market Leadership Advantages

多項品類市場領導者：Market leader of multiple categories

1. 健康穀奶類 (Healthy Grain Drink)
2. 保健生技類 (Healthy Supplement)
3. 文化美食類 (Traditional Savory Cuisine)
4. 功能茶飲類 (Functional Tea)
5. 高端乳品類 (High-end Functional Milk)



2020年愛之味法人說明會

2020 AGV Products Corporation Investor Conference

感謝您撥冗參加!
THANK YOU FOR PARTICIPATION!