

黃色小鴨 P.YO P.YO®

東凌-KY(2924)公司簡報



報告人：許永融 董事
2018.11.22



公司簡介



基本資料

- 一、成立日期：2009.02.06
- 二、公司登記地：Cayman Islands
- 三、資本額：新台幣328,051仟元
- 四、員工(截至2018.09.30)：
台灣32人/ 大陸614人，合計646人
- 五、董事長：林寶霞
- 六、總經理：許復進

集團投資架構



開曼東凌皆100%直接或間接持有各子公司

集團投資架構



關係企業	所在地	集團定位與主要業務
東凌公司	台北	台灣及外銷市場、集團研發中心
黃色小鴨國際	香港	控股公司
黃色小鴨貿易	上海	大陸地區營運據點
台凌嬰童用品	上海	大陸地區生產及採購中心
PiyoPiyo Samoa	Samoa	控股公司
黃色小鴨控股	香港	控股公司
旭凌嬰童用品	昆山	物流

品牌故事



東凌股份有限公司成立於西元1988年，在臺北創業初期，公司思索到唯有優良的品牌圖像定位，才能進而展露產品的生命力及價值。在經過多次的諮詢及市調後，認為剛出生的鴨子模樣是最惹人喜愛，又是黃澄澄的顏色，最容易表達出一種【擁有的幸福感】。

於是，黃色小鴨經過多次修改後，於1990年底定稿，並以鴨子剛出生的叫聲「漂~漂~」取名為【PiyoPiyo】的英文名，。於西元1991年正式提出商標註冊，從此黃色小鴨PiyoPiyo就此誕生。

100%自有品牌



原創IP



Since 1988

產品及通路



嬰幼童產品



實體通路&電子商務



文創IP開發

八大類商品



新生兒 哺乳期

嬰兒 哺育期

幼兒 成長期

0~3M

3~12M

12M以上

↘ 媽咪用品系列
Mothercare Series



↘ 哺育用品系列
Nursing Series



↘ 童裝內著系列
Apparel & Shoes Series



↘ 離乳用品系列
Feeding Series



↘ 棉紡用品系列
Cotton Textile Series



↘ 清潔洗護系列
Cleaning Series



↘ 大型用品系列
Home Series



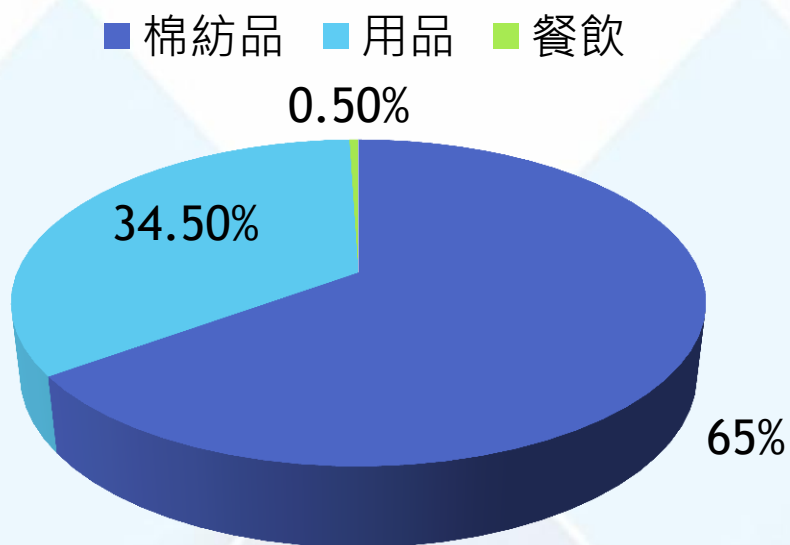
↘ 居家生活系列
Daily Commodity Series



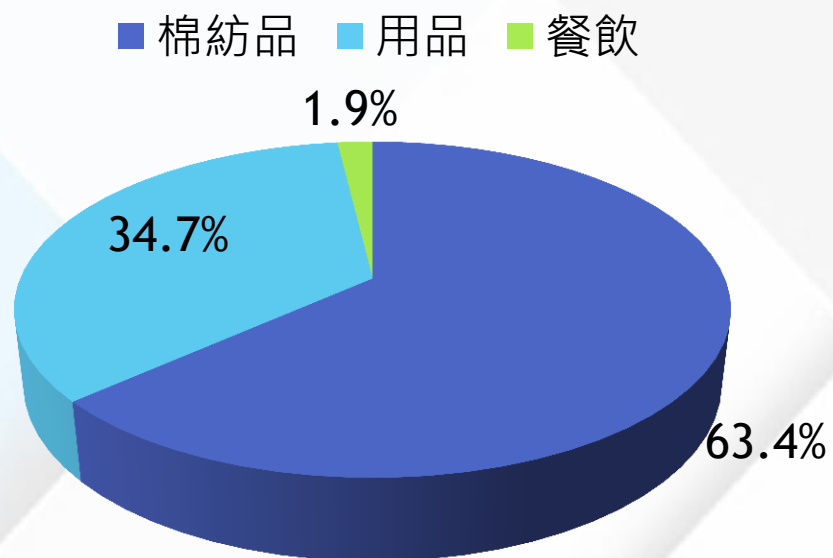
各產品營收比重



2017年



2018年 Q1-Q3

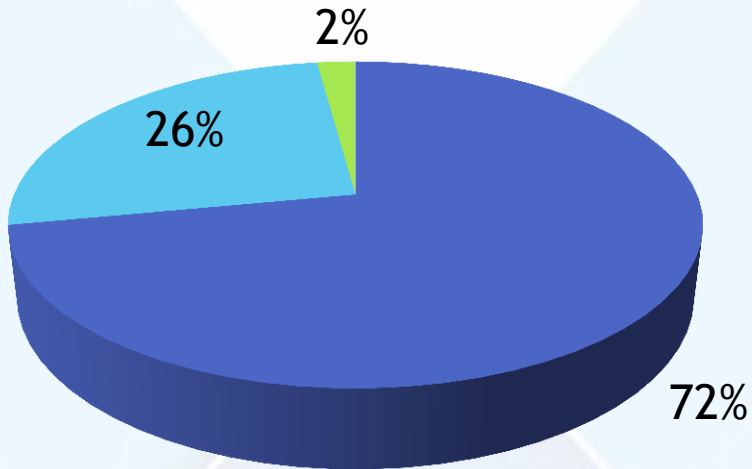




各通路營收比重

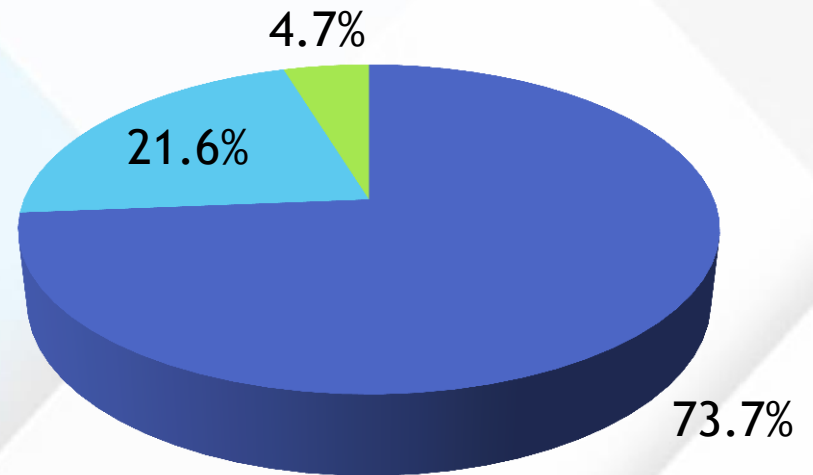
2017年

■ 專櫃 ■ 經銷商 ■ 電商



2018年 Q1-Q3

■ 專櫃 ■ 經銷商 ■ 電商

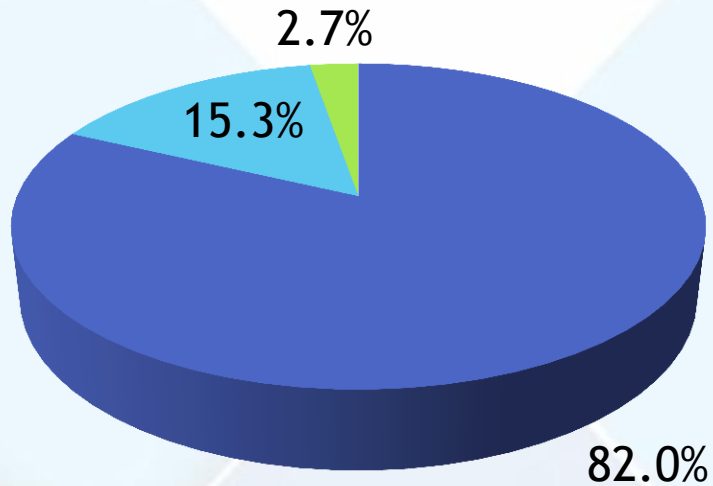




地區別營收比重

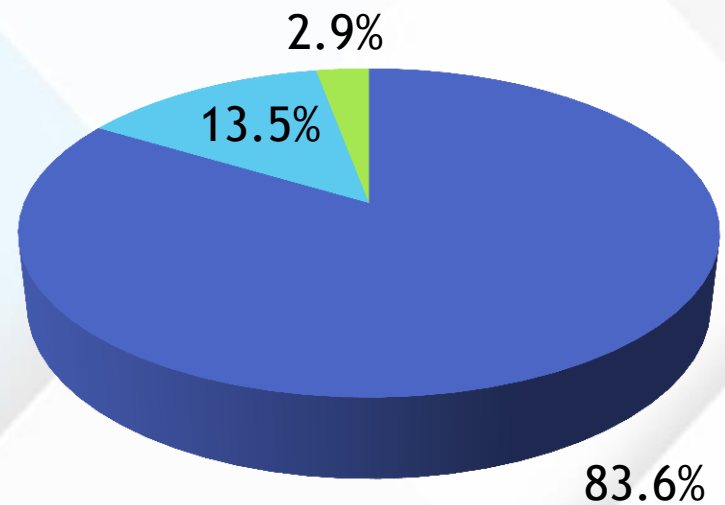
2017年

■ 中國 ■ 台灣 ■ 外銷



2018年 Q1-Q3

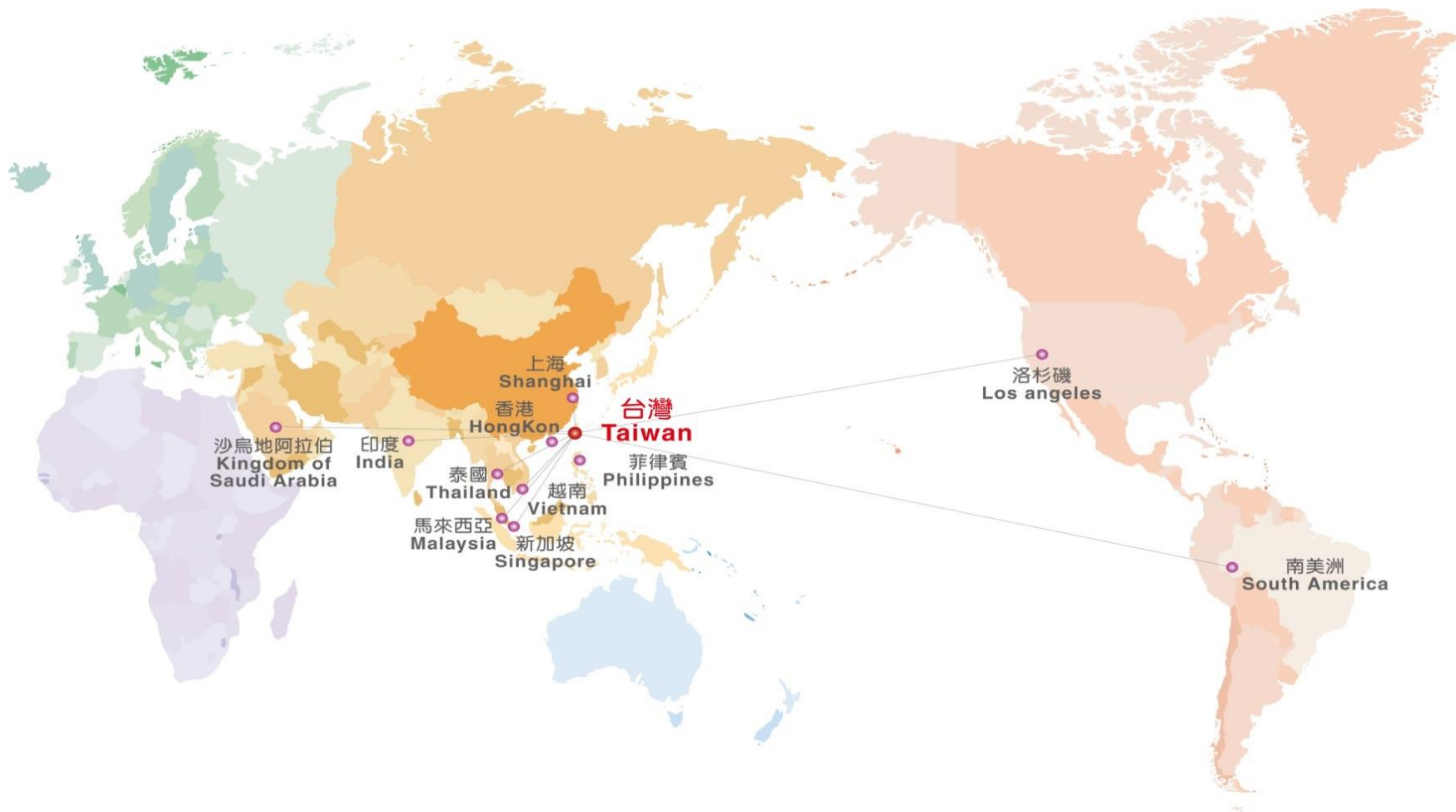
■ 中國 ■ 台灣 ■ 外銷



銷售策略 – 加強亞洲市場布局



行銷中國、美國、台灣、香港、馬來西亞、新加坡、印度、泰國、菲律賓、越南、沙烏地阿拉伯、南美洲等。



2019年營業計劃



- 發展線上經銷商及個體戶代銷模式，公司不用囤積存貨
- 一鍵代發：將所有專櫃據點變成發貨倉庫，根據消費者下單的區域就近發貨
- 電商業績成長，提成低，回款快 = 現金流快速增加
- 外部區域的專櫃採委外經營，降低管銷費用
- 持續關閉30家虧損的專櫃
- 減少無效的行銷費用
- 採購金額控制：縮短產品線寬度, 加深暢銷單品庫存深度

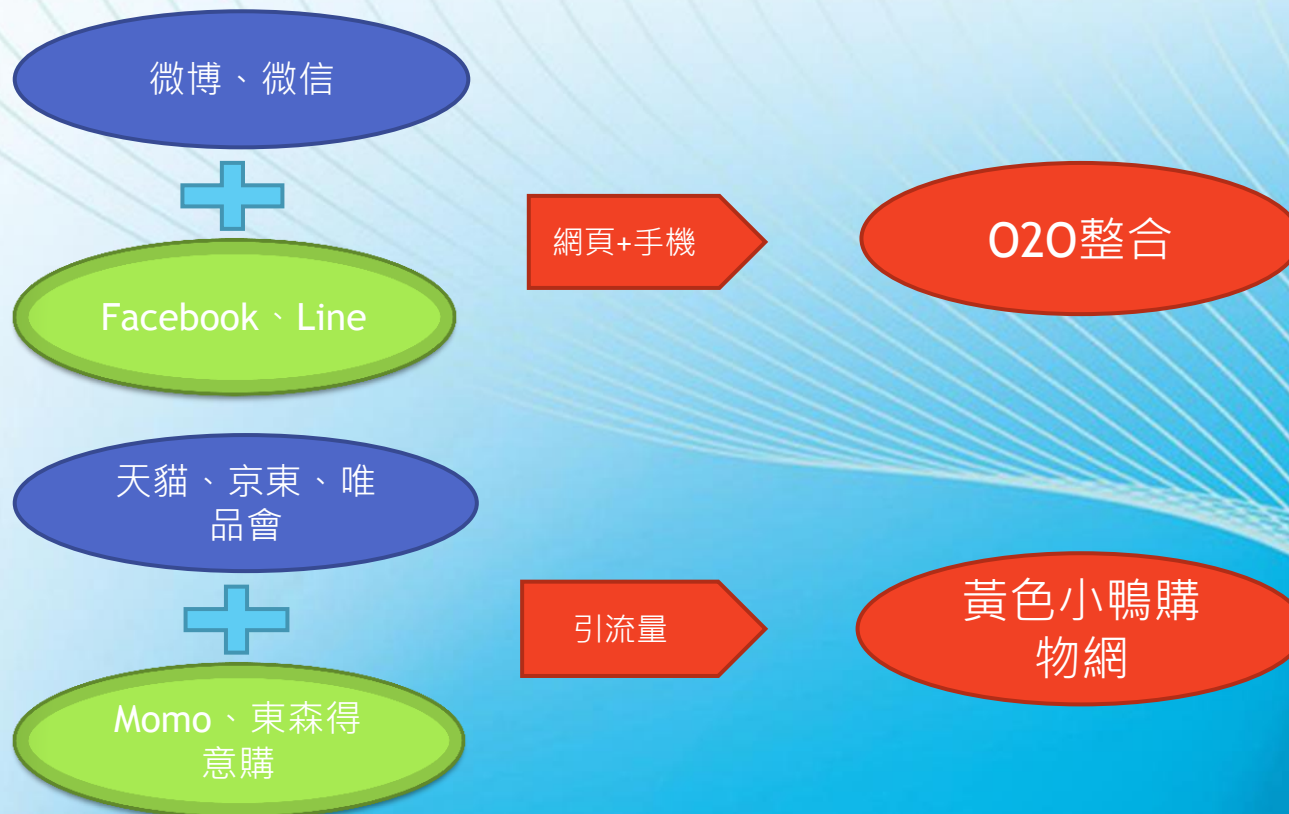
電子商務 – 布局策略



* 目前已上線的網路平台

台灣：黃色小鴨購物網、Momo購物網、東森得意購、樂購蝦皮

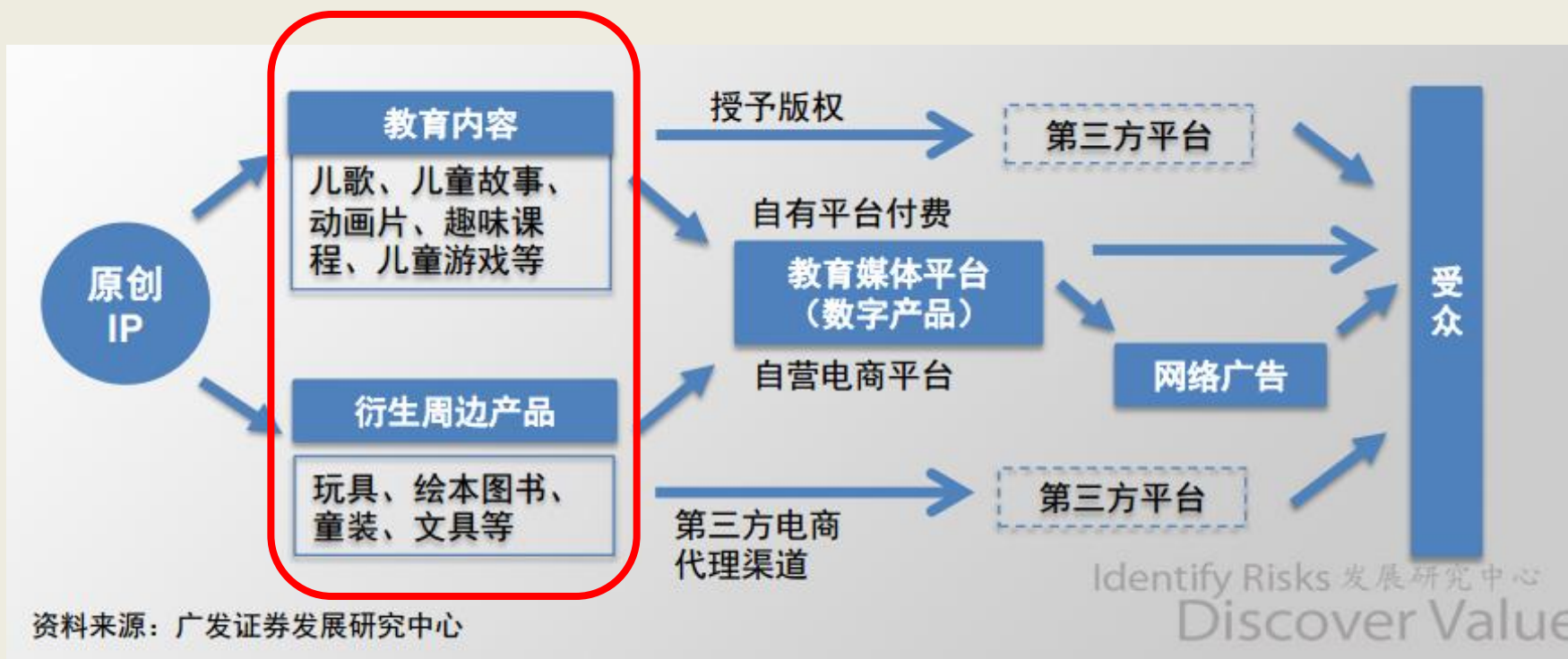
大陸：天貓、京東、唯品會



文創IP開發商機



黃色小鴨IP有多元開發潛力



资料来源：广发证券发展研究中心

文創IP開發



Piyopiyo
© 1991 TUNG LING CO., LTD.

- 黃色小鴨Piyopiyo
- 公司主品牌
- 文創IP開發：幼兒互動教學影片、手機或網頁遊戲、其他周邊產品授權



Kaeru

- 哈皮蛙Kaeru
- 公司次品牌
- 文創IP開發：幼兒互動教學影片、手機或網頁遊戲、其他周邊產品授權