

SINMAG

股票代號：1580

# 新麥企業股份有限公司

## 2026年第1季法人說明會

立足臺灣，深耕亞洲，放眼全球

2026.5.29

誠信、卓越、創新、共贏

烘焙業信賴的夥伴

# 免責聲明

本簡報資料所提供之資訊，包含所有前瞻性的看法，將不會因任何新的資訊、未來事件、或任何狀況的產生而更新相關資訊。新麥企業股份有限公司並不負有更新或修正本簡報資料內容之責任。本簡報資料中所提供之資訊並未明示或暗示的表達或保證其具有正確性、完整性、或可靠性，亦不代表本公司、產業狀況或後續重大發展的完整論述。



## 目錄

### ● 01

公司基本概況

### ● 02

公司經營業績

### ● 03

全球烘焙設備市場與新麥戰略

### ● 04

工作進展與未來展望

SINMAG

PART 01

# 公司基本概況

誠信、卓越、創新、共贏

烘焙業信賴的夥伴

創立時間：1983年9月27日

員工人數：約1400人

廠房面積：4.3萬坪+

董事長：謝順和

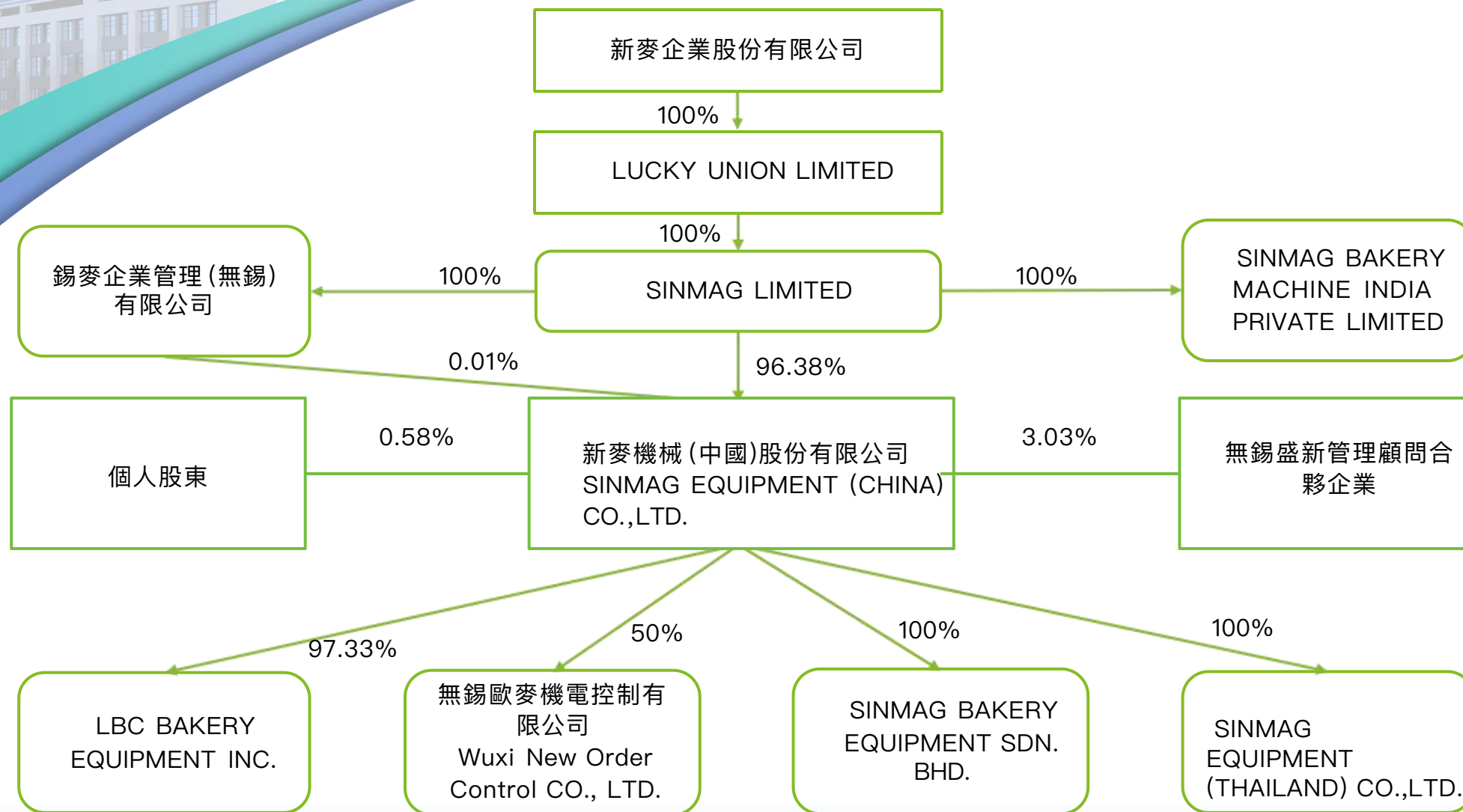
## 新麥基本資料

2025年總營收：  
4,879,103千元



公司主營：專用設備研發、  
生產、銷售

上櫃日期：OTC 2007年12月10日





曼谷

吉隆坡

無錫(一)

台灣

無錫(二)

西雅圖

歐麥



01  
攪拌系列



02  
成型系列



03  
發酵系列



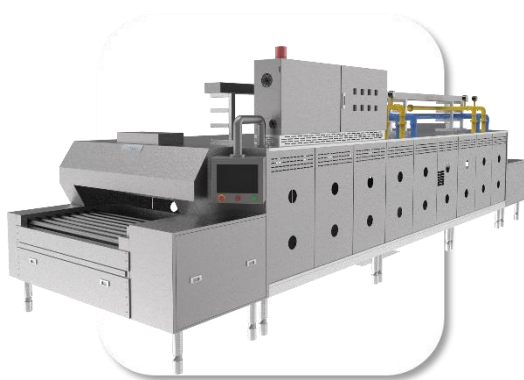
04  
烤箱系列



05  
展示系列



06  
餐飲系列



07  
工業系列



08  
其他系列

高新技術企業(2009起)

江蘇省專精特新企業(2023)

江蘇省高端烘焙機械工程技術研究中心(2016無錫市、2020江蘇省)

無錫市重點行業低VOCs原輔料和產品替代示範項目

無錫市重點行業低VOCs工藝替代示範項目

發明專利18件、實用新型80件、外觀設計14件

ISO9001、ISO14001、CE (歐洲)、ETL&UL(美洲)、KC (韓國)等認證

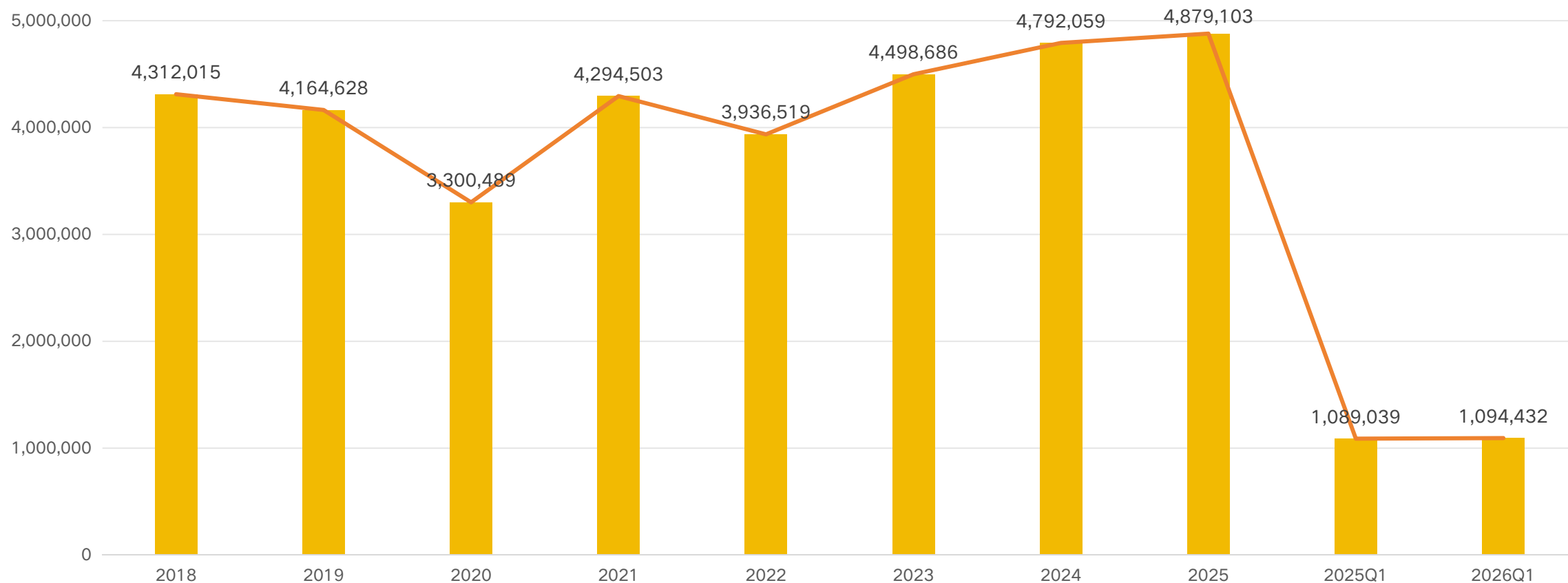
SINMAG

PART 02

# 公司經營業績

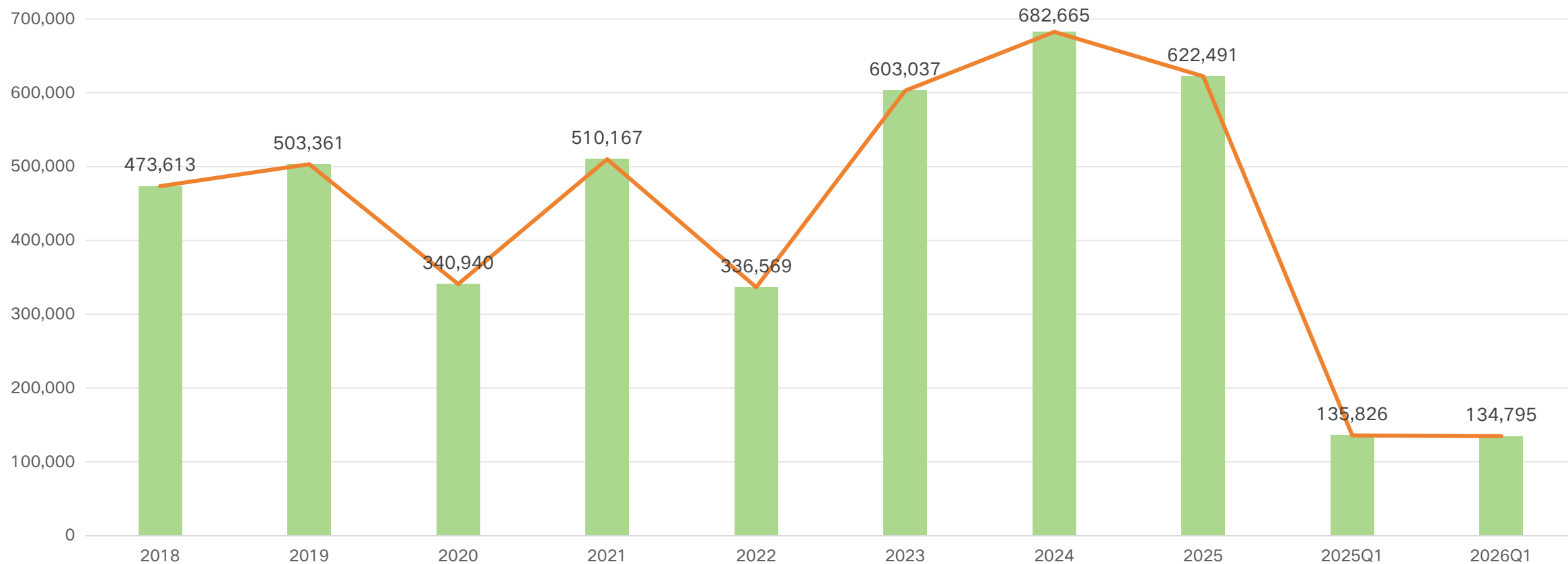
# 營業收入

單位：新台幣仟元

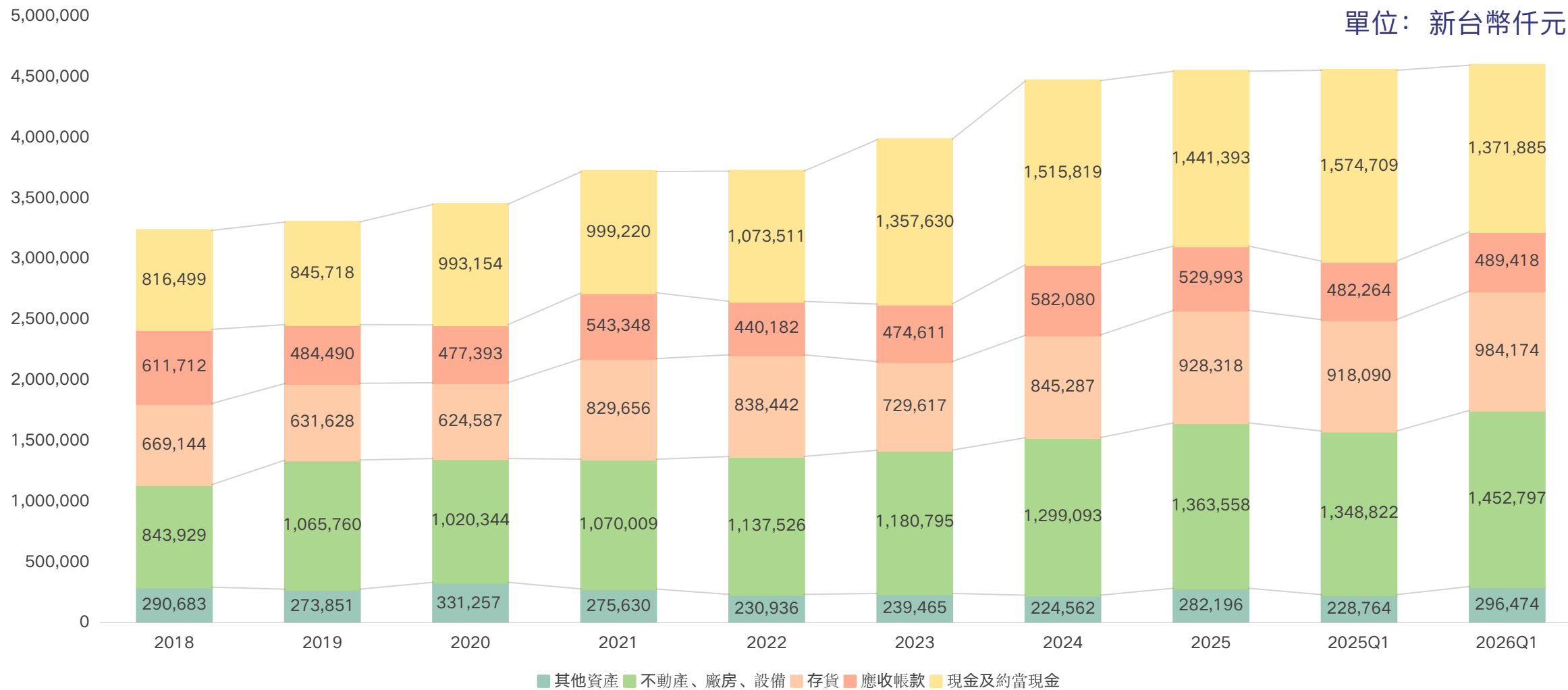


# 稅後淨利

單位：新台幣仟元

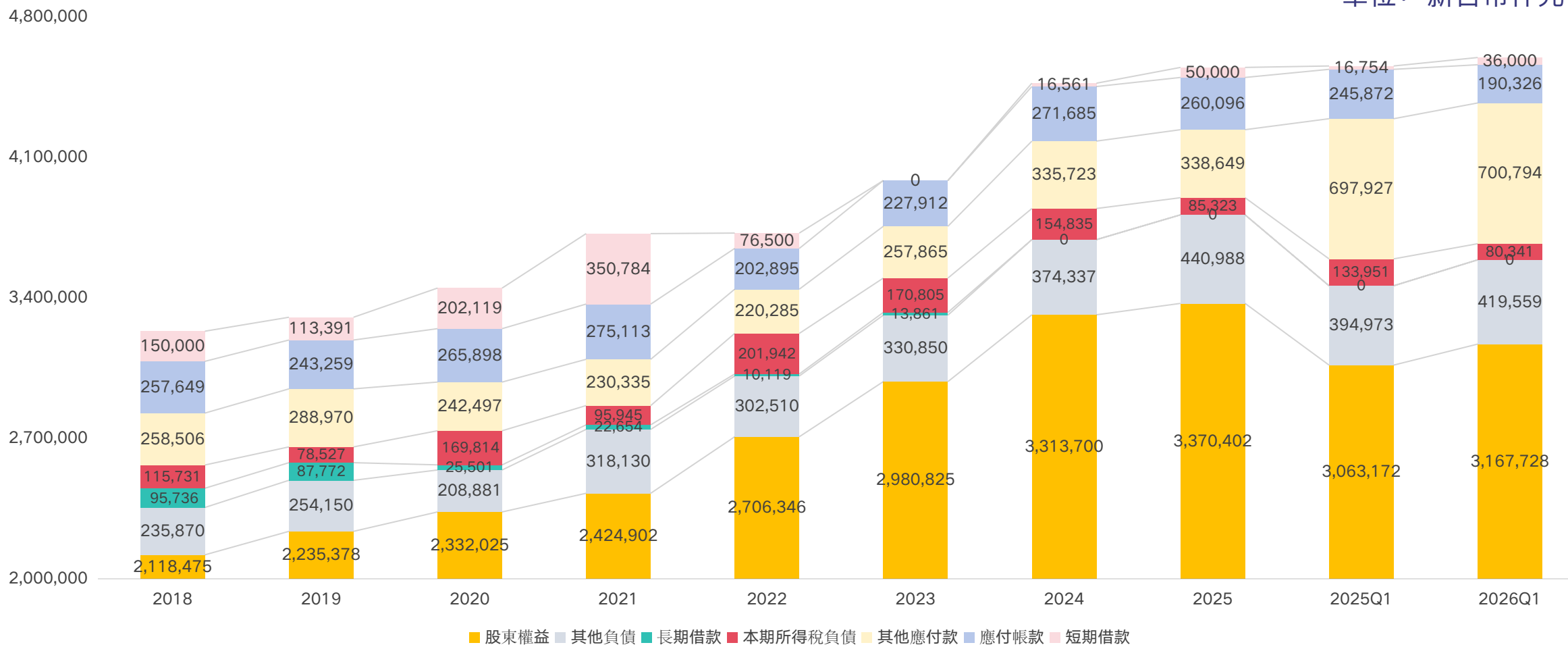


# 資產



# 負債與權益情況

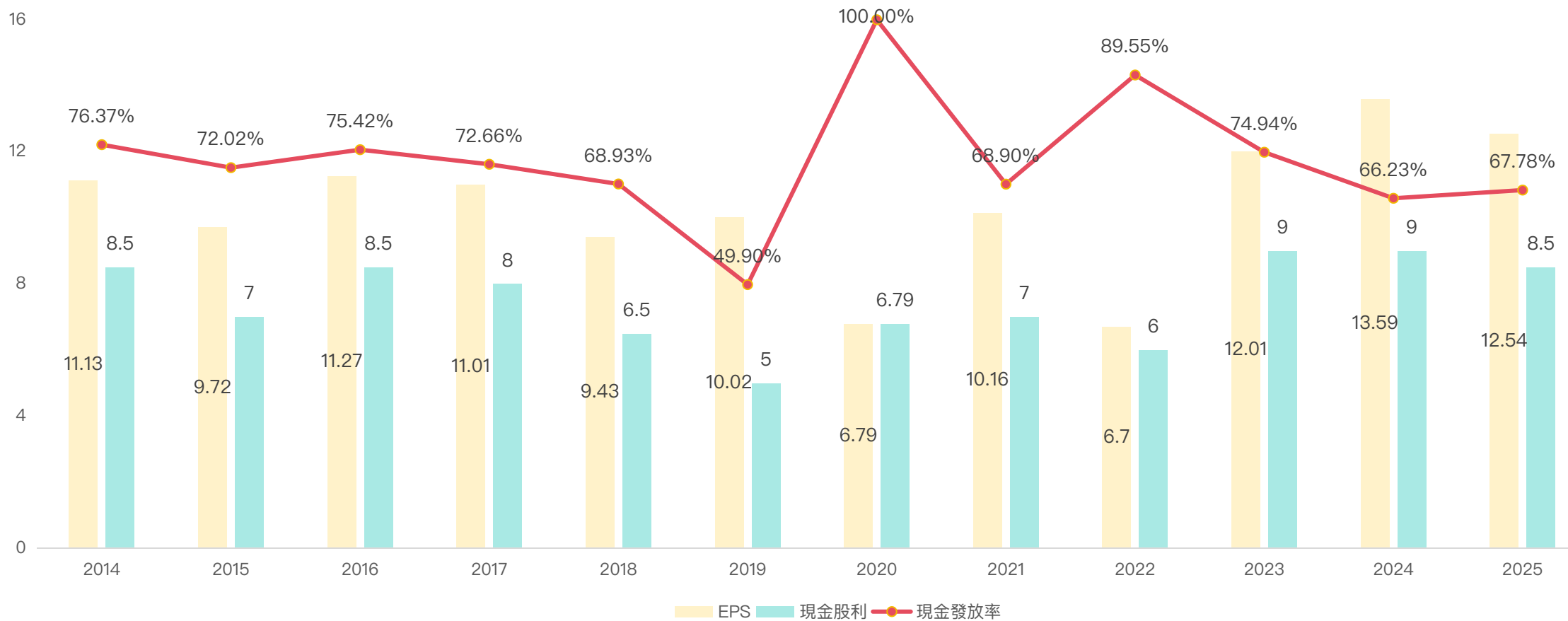
單位：新台幣仟元



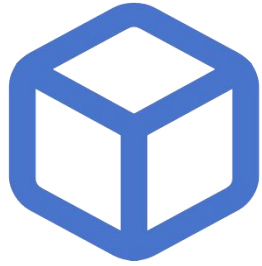
# 財務比率分析

分析項目	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026Q1
毛利率	40.6	36.9	37.3	42.4	43.45	42.63	43.36
負債占資產比率	32.34	34.77	27.23	25.1	25.81	25.85	31.05
流動比率	191.08	175.11	249	290.3	272.85	298.75	232.72
速動比率	127.24	104.73	154.78	200.2	185.39	199.48	146.79
應收款項週轉率 (次)	6.6	8.18	7.8	9.5	8.85	8.6	8.4
平均收現日數	55	45	47	38	41	42	43
存貨週轉率 (次)	3.12	3.72	2.96	3.3	3.44	3.15	2.59
應付款項週轉率 (次)	7.02	8.91	9.37	11.9	10.48	10.08	10.65
平均銷貨日數	117	98	123	110	106	115	140
資產報酬率 (%)	10.6	14.58	9.66	16.6	17.26	14.74	12.51
權益報酬率(%)	15.48	21.84	13.82	22.4	23.14	19.84	17.45
純益率(%)	10.71	12.09	9.01	14.1	15.19	13.59	13.03
每股盈餘 (元)	6.79	10.16	6.7	12.01	13.59	12.54	2.73

# 股利政策

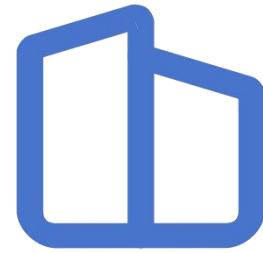


# 財務穩健與股東回報



## 2025年財務指標

2025年EPS達12.54元，負債比維持在健康水準，公司財務狀況穩健。



## 股東回報政策

在持續投資工廠建設的同時，仍維持67.7%的配息率，董事會已通過配發現金股利8.5元，以5月15日股價計算現金殖利率約6.97%。



## 董事會信心體現

高配息率體現了董事會對公司現金流及未來營運的信心。

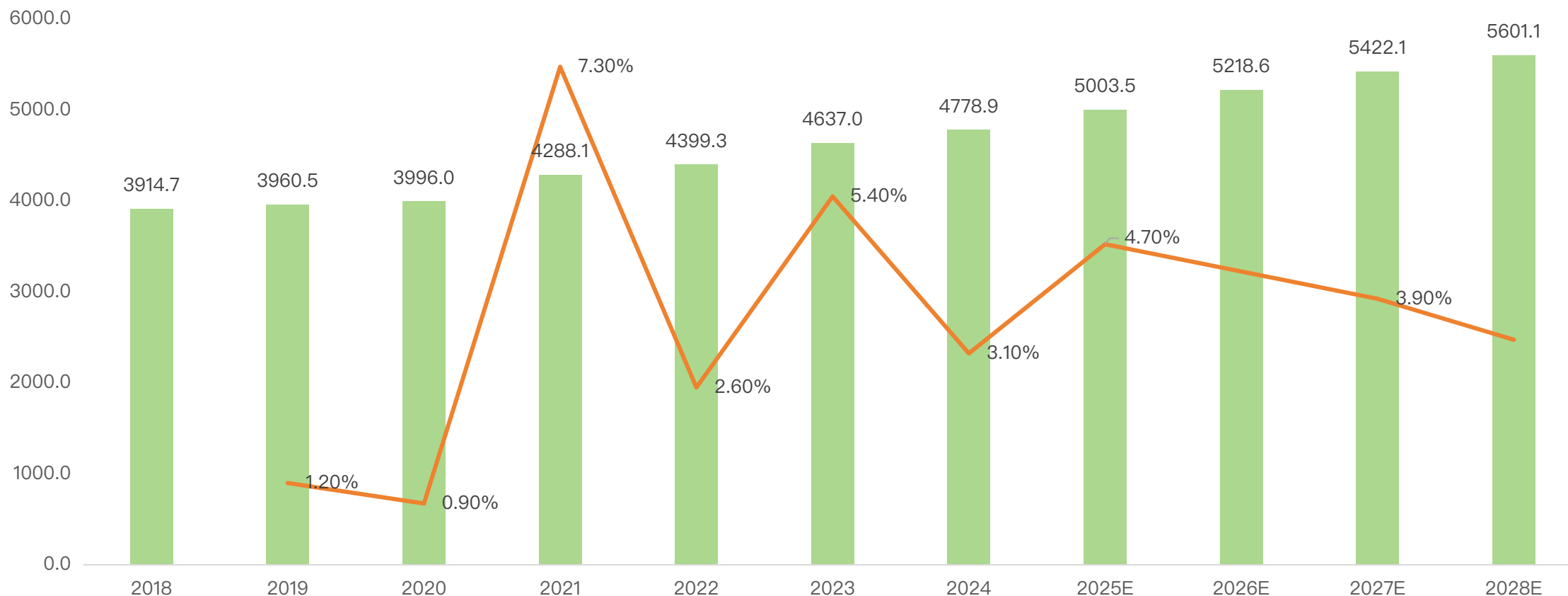
SINMAG

PART 03

# 全球烘焙設備市場與新麥戰略

# 全球烘焙食品零售總額

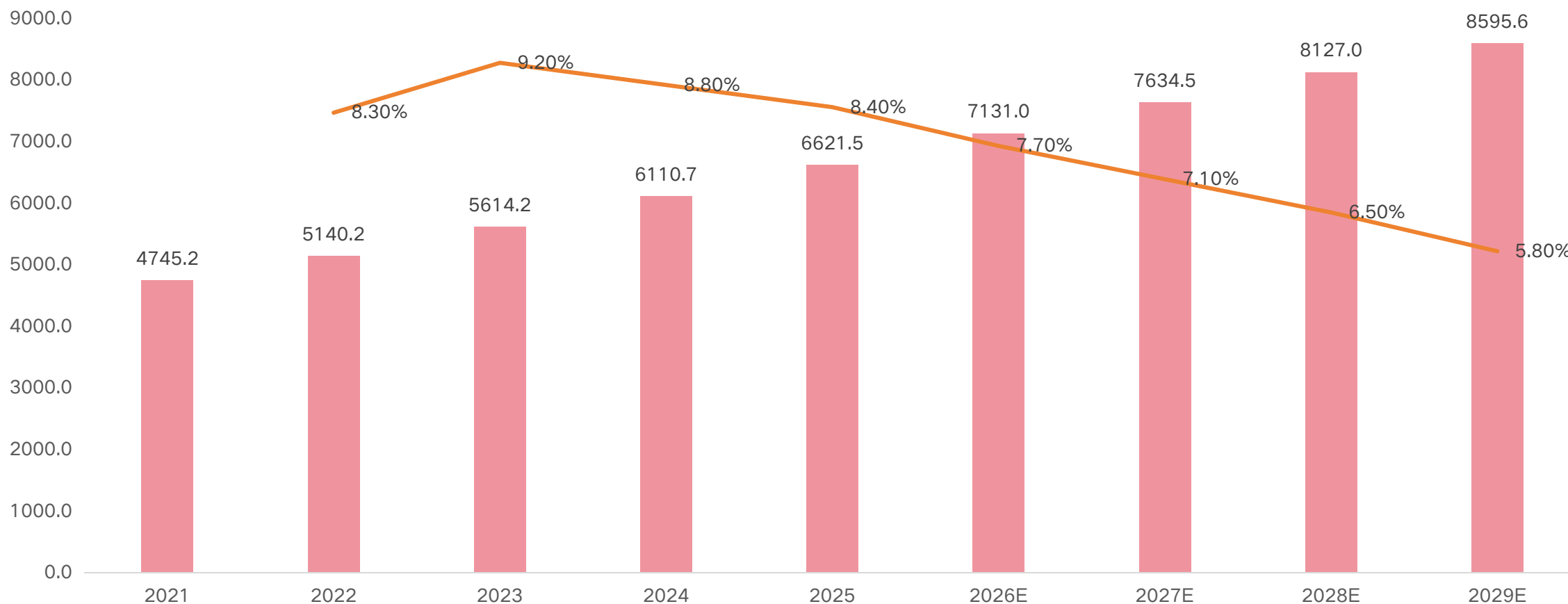
單位：億美元



資料來源：艾媒數據中心

# 大陸烘焙食品零售總額

單位：億元人民幣



資料來源：艾媒數據中心

01

## 市場整體增長

全球市場穩健增長，大陸地區與東南亞成核心引擎

02

## 大陸地區市場最新地位

大陸地區烘焙高增速領跑全球，存量升級聚焦三大發展趨勢

03

## 歐美成熟市場特徵

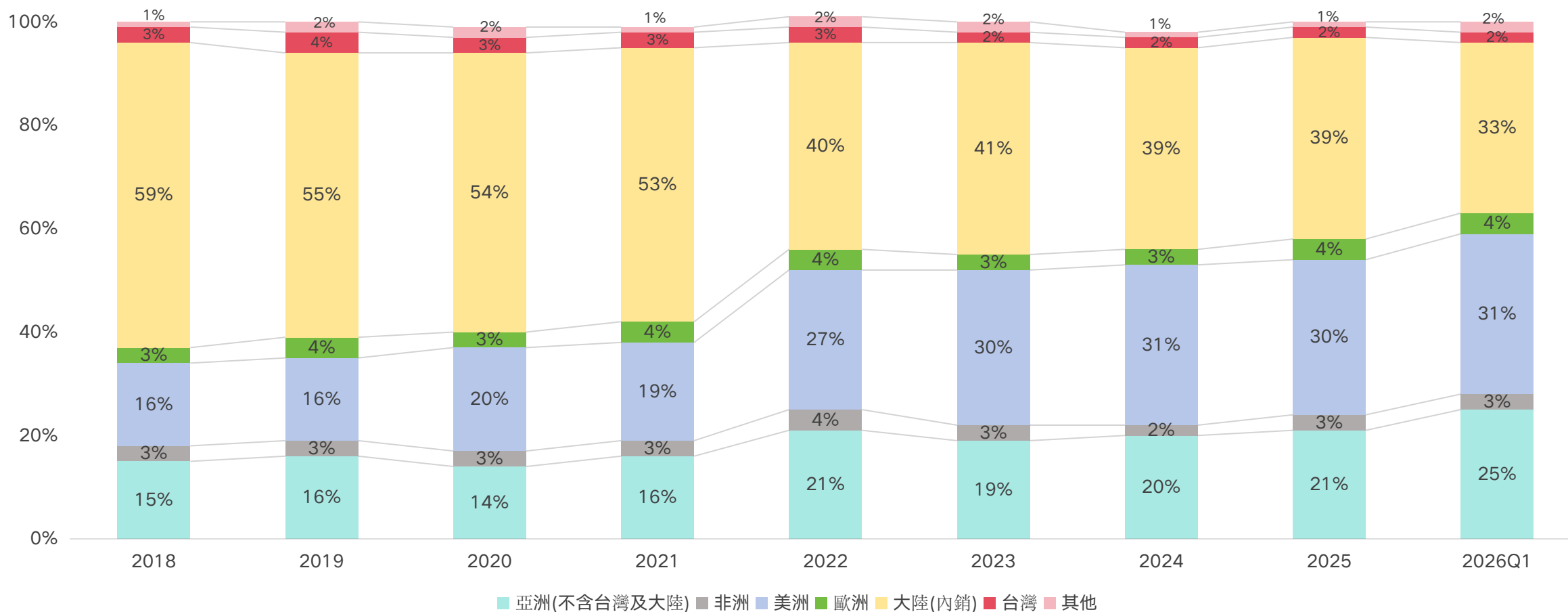
歐美烘焙市場增速平穩，智能化 ESG 設備需求高漲

04

## 原材料價格挑戰

烘焙原料及人力成本上漲，倒逼供應鏈與產品結構優化

# 區域別營收比重



## 市場規模

全球烘焙機械市場穩步擴容，中長期維持穩健增長

## 核心驅動力

智能化與自動化

節能低碳

供應鏈區域化



核心競爭力：

- 1) 完整產品線覆蓋
- 2) 全球銷售與服務的深度佈局路
- 3) 先進與性價比兼具的研發能力

### 市場情況

01

整體烘焙市場面臨新開店數低迷的挑戰，消費呈現明顯的兩極化現象

02

頭部品牌萎縮：

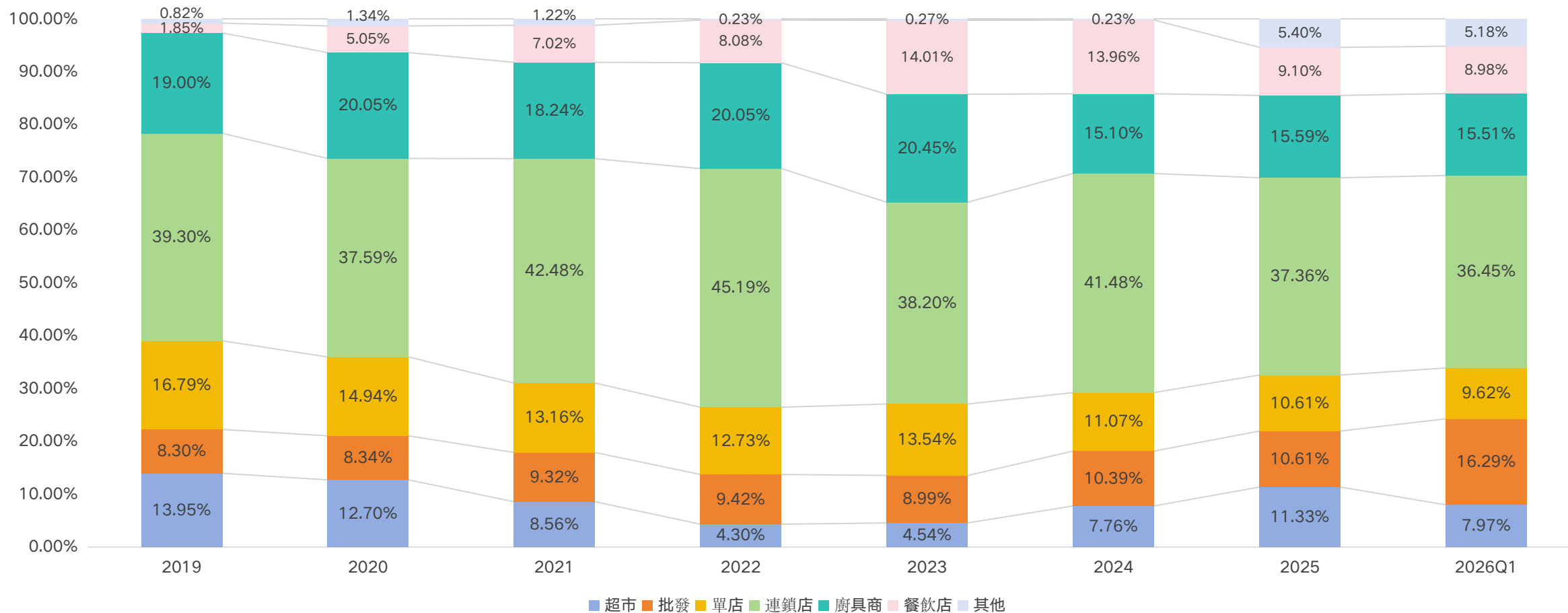
過去依賴資本擴張的頭部品牌趨於保守，大型連鎖開店速度放緩

03

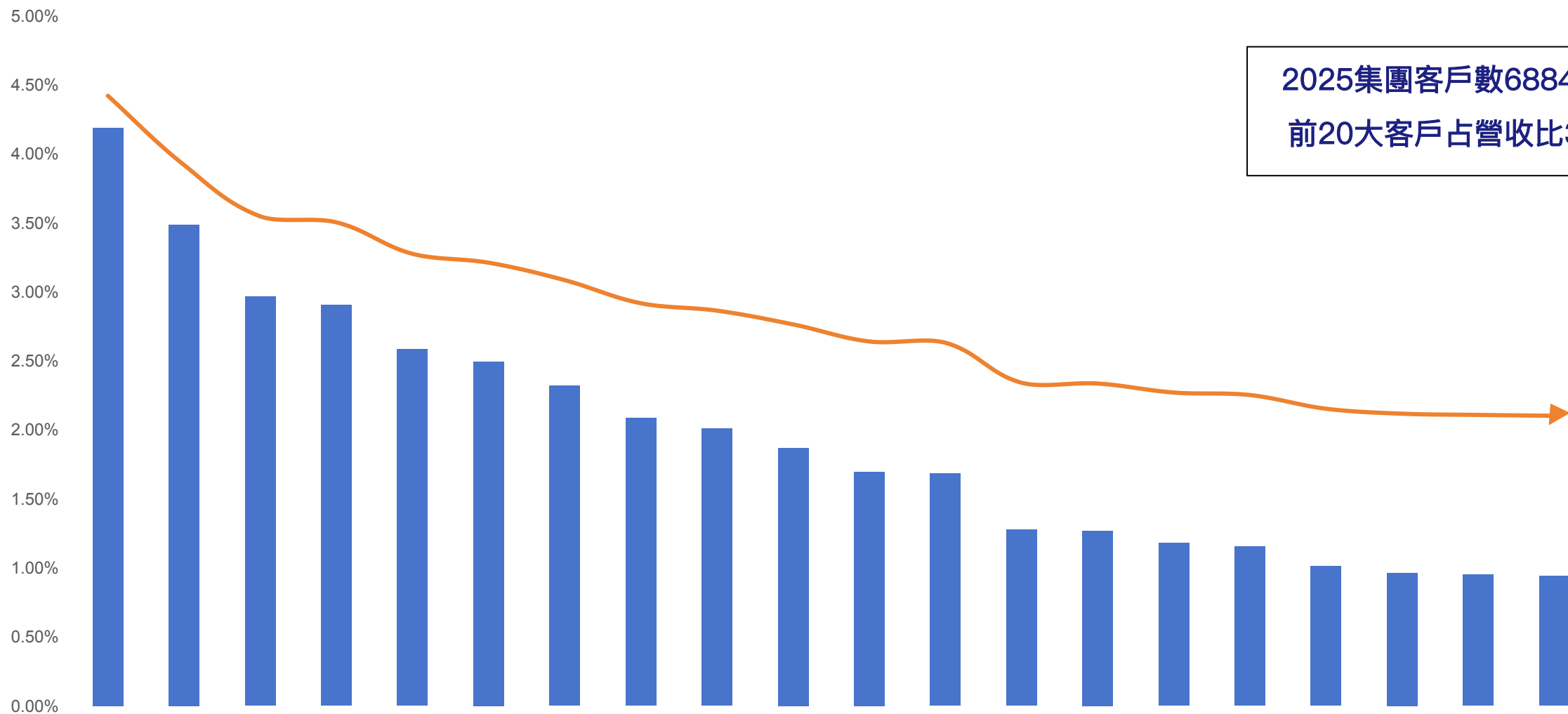
區域與精品品牌突圍：

社區烘焙、新中式烘焙及主打「質價比」的區域龍頭仍在積極展店，對高性價比、快交期的設備需求強勁

# 大陸客戶類型銷售比



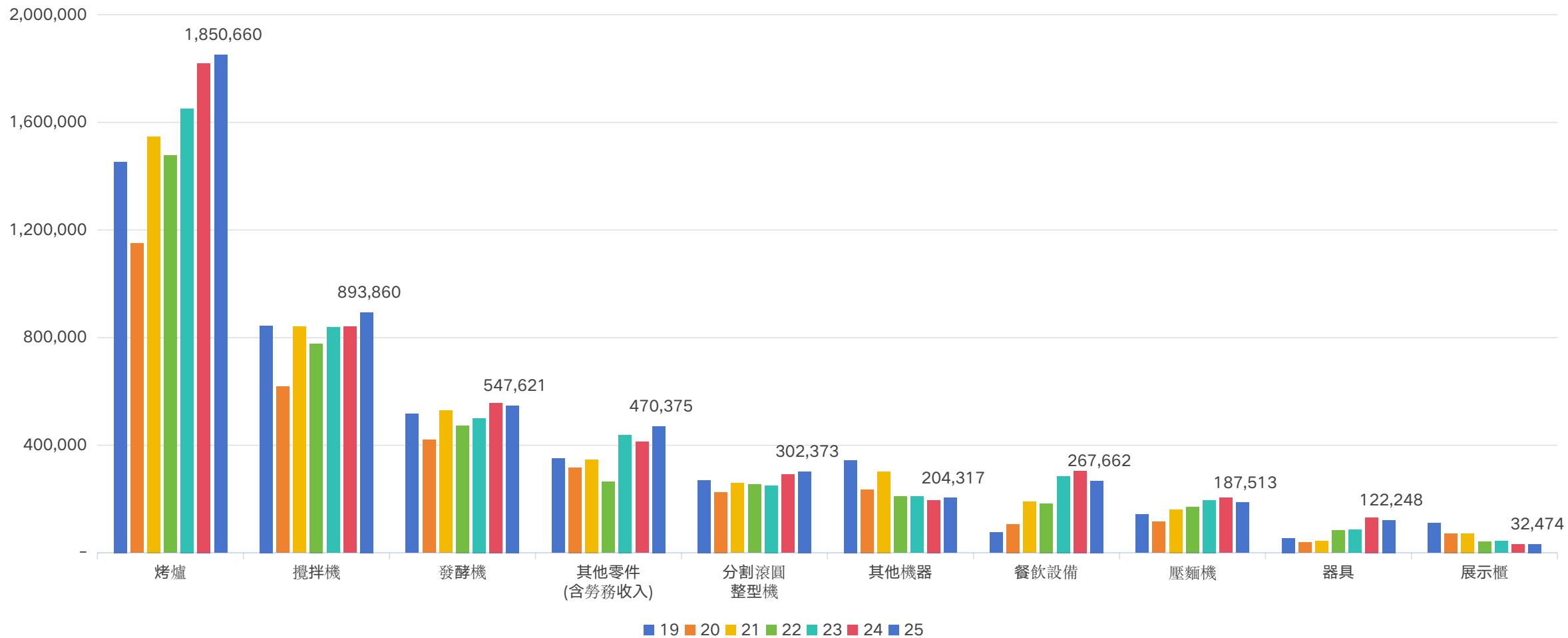
# 2025集團銷貨收入排名佔營收比

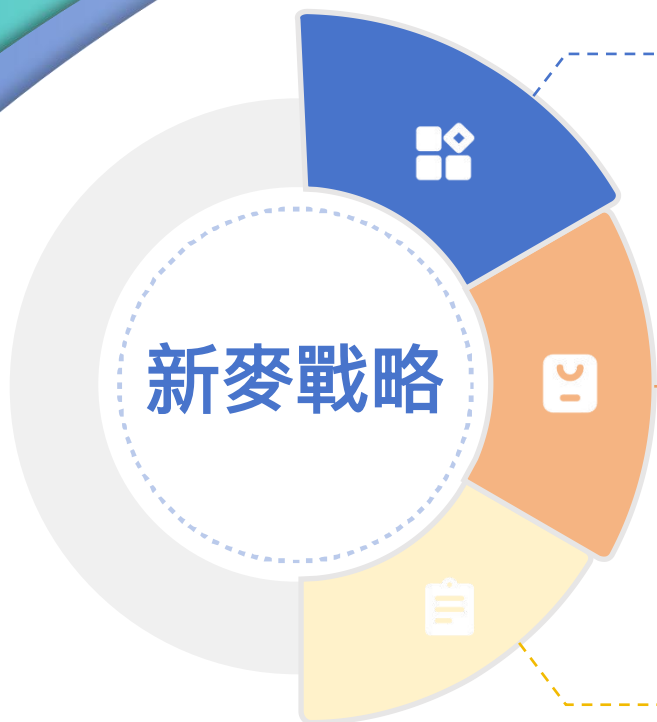


2025集團客戶數6884個，  
前20大客戶占營收比39%

# 各產品銷量

單位：新台幣仟元





### 客戶結構調整：

不再單純追求大客戶數量，而是深耕新業態超市、量販零食店、批發供應鏈等成長型客戶

### 服務差異化：

CRM客戶大資料系統與售後雲服務平臺將顯著提升服務回應速度，降低客訴率，強化了客戶黏性

### 線上管道突破：

通過電商旗艦店與影音號經營，成功打擊仿冒品並獲取年輕世代創業者客群

繞道成長，多元佈局

### 市場情況

地緣政治因素為直接出口帶來成本壓力。

美國本土烘焙設備替換需求依然強勁，且價格敏感度提高

大陸地區知名烘焙品牌走向全世界開店佈局

### 新麥 戰略

美洲多點佈局分散風險，多國市場實現穩健增長

適配美洲當地語系化產品，深耕管道搶抓連鎖餐飲機遇

大陸地區知名品牌全世界開店佈局

複製大陸經驗，打造新增長極限

## 市場情況

印尼、越南、韓國、哈薩克斯坦等國中產階級擴張，烘焙文化滲透率快速提升，且由於缺乏本土強勢設備品牌，高度依賴進口。

## 新麥 戰略

01

穩固商超客戶、開拓工廠市場、強化本地團隊

02

依託產能成本優勢，搶抓東南亞烘焙設備增量需求

03

賦能國內品牌出海，打造東南亞一站式服務方案

04

中亞佈局，哈薩克斯坦子公司輻射中亞五國及周邊國家

SINMAG

PART 04

# 工作進展與未來展望

01

### 智慧工廠落地

第一期S1工廠（24000平方米）已於2026年2月25日投產；

第二期S2工廠（24000平方米）已於2026年5月6日啟動，預計2027年第二季度投產。



02

## 物聯網平臺

雲端智慧烘焙管理系統(IOT)，客戶可透過手機端即時監控設備狀態、能耗並進行遠端診斷，顯著降低了售後維護成本。



03

## 工廠太陽能設施改造

已啟動工廠太陽能設施改造，無錫廠區完成第一期屋頂太陽能板鋪設。  
無錫廠房面積120228平方米，  
目前太陽能板面積5965平方米，占總面積5%；  
年發電量87.91萬度，  
佔第一廠區用電量為21%



## 短期

持續強化基礎，生產面建設廠房與投入新設備，業務面強化原有市場份額並持續滲透新市場

## 長期

致力於從單純的「設備製造商」轉型為「烘焙全解決方案服務商」，透過物聯網資料與售後服務創造更高價值

SINMAG

SINMAG  
THE END  
謝謝觀看

誠信、卓越、創新、共贏

烘焙業信賴的夥伴