



MY HUMBLE HOUSE
HOSPITALITY MANAGEMENT
CONSULTING

寒舍餐旅管理顧問



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、財務狀況與業務成果，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、各種政策法令與整體經濟現況之改變，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。



大綱

- | | |
|------------|--------|
| 1. 公司簡介 | P4-17 |
| 2. 市場概況 | P18-23 |
| 3. 營運概況 | P24-31 |
| 4. ESG成果 | P32-38 |
| 5. 營運策略及計劃 | P39-42 |



公司簡介





公司基本資料

公司名稱：寒舍餐旅管理顧問股份有限公司

設立日期：2000年1月17日

上市日期：2016年5月19日

實收資本額：1,115,260,000元

營業據點：台北喜來登大飯店、台北寒舍艾美酒店、礁溪寒沐酒店
寒舍艾麗酒店(轉投資)

員工人數 1,567人 (2020年10月31日)



台北喜來登大飯店 SHERATON GRAND TAIPEI HOTEL

台北喜來登大飯店由寒舍餐旅管理顧問股份有限公司自2002年7月接掌營運，隸屬於全球知名的萬豪國際集團，矗立於政商交通的核心地區，提供國際旅客最佳的服務與設施，交通便利且鄰近台北車站商圈、高鐵、台鐵、捷運、機場捷運等五鐵共構的交通樞紐地帶，旗下擁有中、西、日、泰等8間風格獨具的餐廳。

此外，更是星級飯店中少數擁有連續榮獲《臺北米其林指南》中代表頂級舒適享受的「4間黑房子」酒店推薦與多間「米其林二星」與「餐盤推薦」等餐廳殊榮。館內擁有688間經典客房與主題套房，並規劃三層行政樓層與專屬貴賓廳，全區域免費使用WiFi無線上網服務，提供完善的商務與休憩空間。



台北市忠孝東路一段12號 電話：(02)2321-5511 交通：捷運板南線 善導寺站2號出口



台北喜來登大飯店 SHERATON GRAND TAIPEI HOTEL

《臺北米其林指南 2020》

請客樓連續三年蟬聯「米其林二星餐廳」殊榮





台北喜來登大飯店 SHERATON GRAND TAIPEI HOTEL

《臺北米其林指南 2020》

辰園連續三年蟬聯「**米其林餐盤推薦餐廳**」殊榮

飯店連續三年蟬聯代表頂級舒適享受之「**4間黑房子 (Top Class Comfort)**」殊榮





台北寒舍艾美酒店 LE MERIDIEN TAIPEI

位於台北時尚藝文中心-信義計畫區，設有160間客房、多功能的宴會場地及3間風格獨具的餐廳與酒吧與1間巧克力專賣店。

隸屬於國際連鎖酒店品牌萬豪集團的成員「Le Méridien」艾美酒店，運用當代藝術的策展概念，以「光和影」作為主軸，集結來自台灣、中國、日本、韓國、美國、英國和比利時的多位當代藝術家，共近700件作品及裝置藝術，融入在每一位旅客都能接觸到的角落，不僅為賓客奉上完美的入住享受，更帶來駕馭自如的探索之旅。



台北市信義區松仁路38號 電話：(02)6622-8000 交通：捷運板南線 市政府站3號出口



台北寒舍艾美酒店 LE MERIDIEN TAIPEI

《台北米其林指南 2020》

寒舍食譜連續三年蟬聯「米其林餐盤推薦餐廳」殊榮





礁溪寒沐酒店 MU JIAI XI HOTEL

寒舍餐旅踏出台北都會區，拓展至宜蘭礁溪，推出第一個自創品牌，成功打造休閒度假型酒店！承襲寒舍美學、人文和藝術兼具的獨到品味，委託台灣藝術家與全球知名國際酒店設計團隊LTW合作，將自然、名湯與文化完美融合，詮釋靜謐雅致的生活美學。

礁溪寒沐酒店與礁溪寒沐行館2棟建築體，共有6種房型，總數190間，提供露天風呂、湯屋、高爾夫球場3D模擬設備、兒童休憩區、健身中心與戶外游泳池...等多項服務設施，將成為旅人輕鬆度假的心靈棲所！



宜蘭縣礁溪鄉健康路1號 電話：(03)905-8077 交通：行駛《國道五號》下頭城交流道



礁溪寒沐酒店 MU JIAO XI HOTEL



徜徉自然 旅居寒沐

每間客房都擁有獨立的溫泉浴池，其中，174間更具延伸露台的設計，通透開闊的空間引入飽滿陽光，悠閒舒適的度假享受為旅人喚醒能量。



礁溪寒沐酒店 MU JIAO XI HOTEL



SWITCH X 瑪利歐FUN玩寒沐 主題客房

主題房寬敞舒適滿足闔家同樂，客房內提供Nintendo Switch遊戲機、任選多款瑪利歐系列遊戲片，帶給親子同遊歡樂的住房體驗！



礁溪寒沐酒店 MU JIAO XI HOTEL



會議與活動

於礁溪寒沐酒店3F的宴會廳，總面積為161坪，挑高6公尺，格局方正俐落，總共規劃4間廳堂與5間多功能會議室，靈活且彈性的宴會場地，滿足多元的會議需求及宴客活動。



礁溪寒沐酒店 MU JIAO XI HOTEL



餐飲服務

延續寒舍多元的餐飲底蘊，嚴選宜蘭好山好水的在地食材，演繹令人耳目一新的佳餚，完美打造風味獨具的餐廳。

MU BAR (酒店1樓)

MU TABLE (酒店2樓)

川薈 (酒店3樓)



礁溪寒沐酒店 MU JIAO XI HOTEL



引進科技高爾夫球場模擬設備 宜蘭唯一室內高爾夫球場全新登場
(300吋大螢幕/超高解析3D繪圖)



礁溪寒沐酒店 MU JIAO XI HOTEL



行館一樓「寵沐苑」寵物專屬旅館共16間房-提供頂級寵物住宿及基礎寵物美容，讓毛小孩享有尊榮貼心的完善照護。



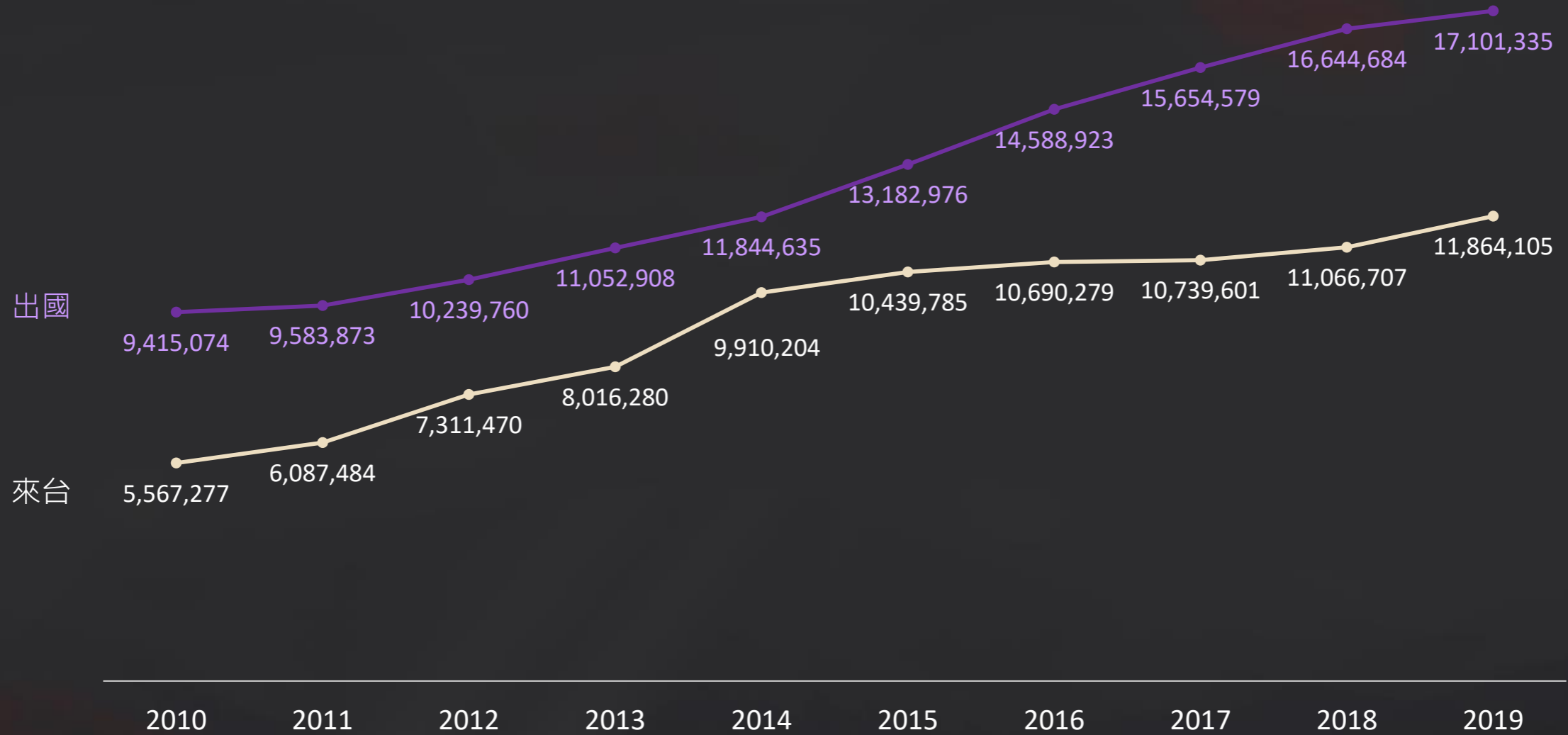
市場概況





近十年來台旅客及國民出國人次變化

單位：人次
Unit : people of visiting

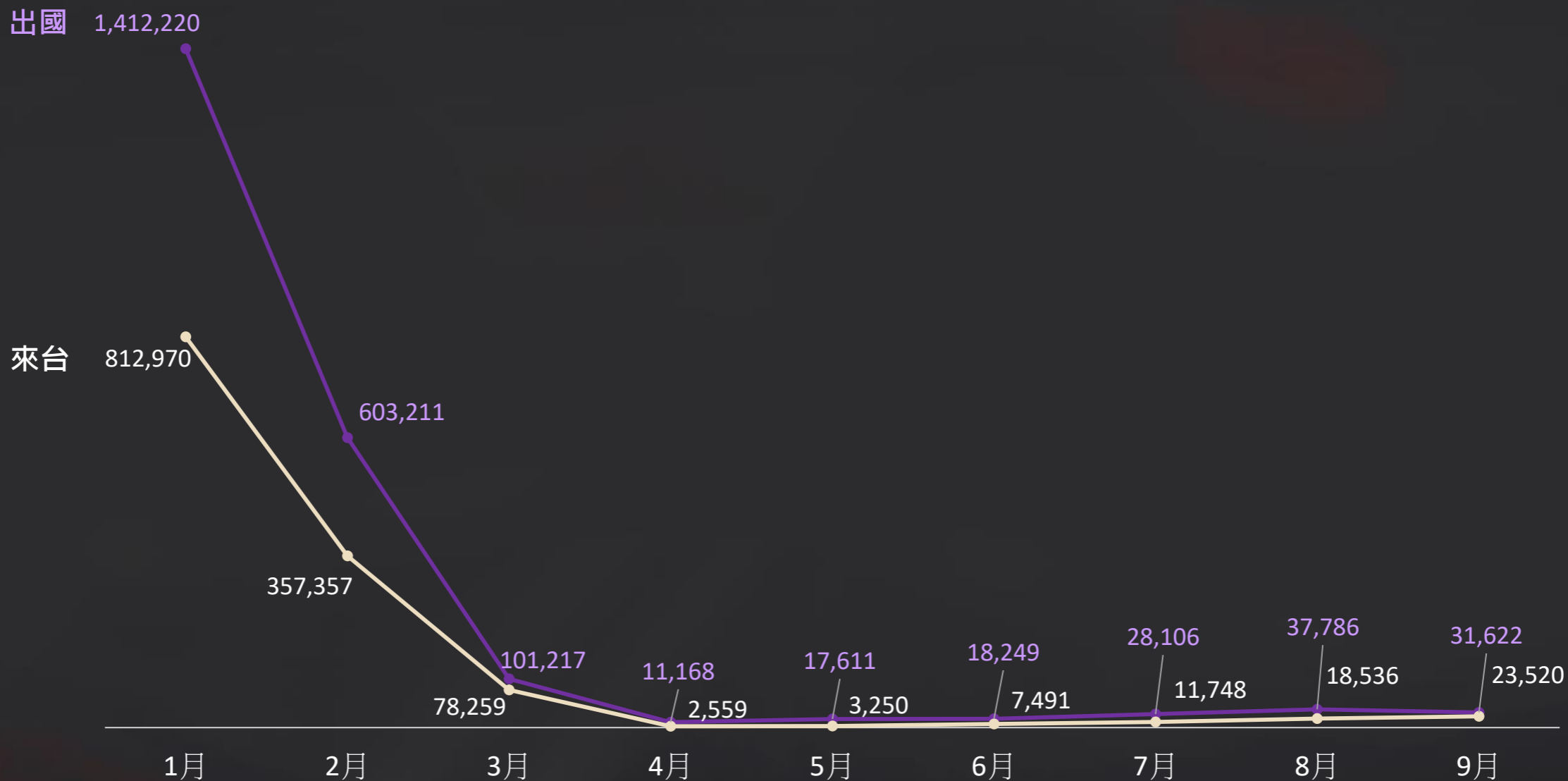


資料來源：交通部觀光局統計資料
Source: Statistics of the Tourism Bureau, MOTC.



2020年 來台旅客及國民出國人次變化

單位：人次
Unit：people of visiting



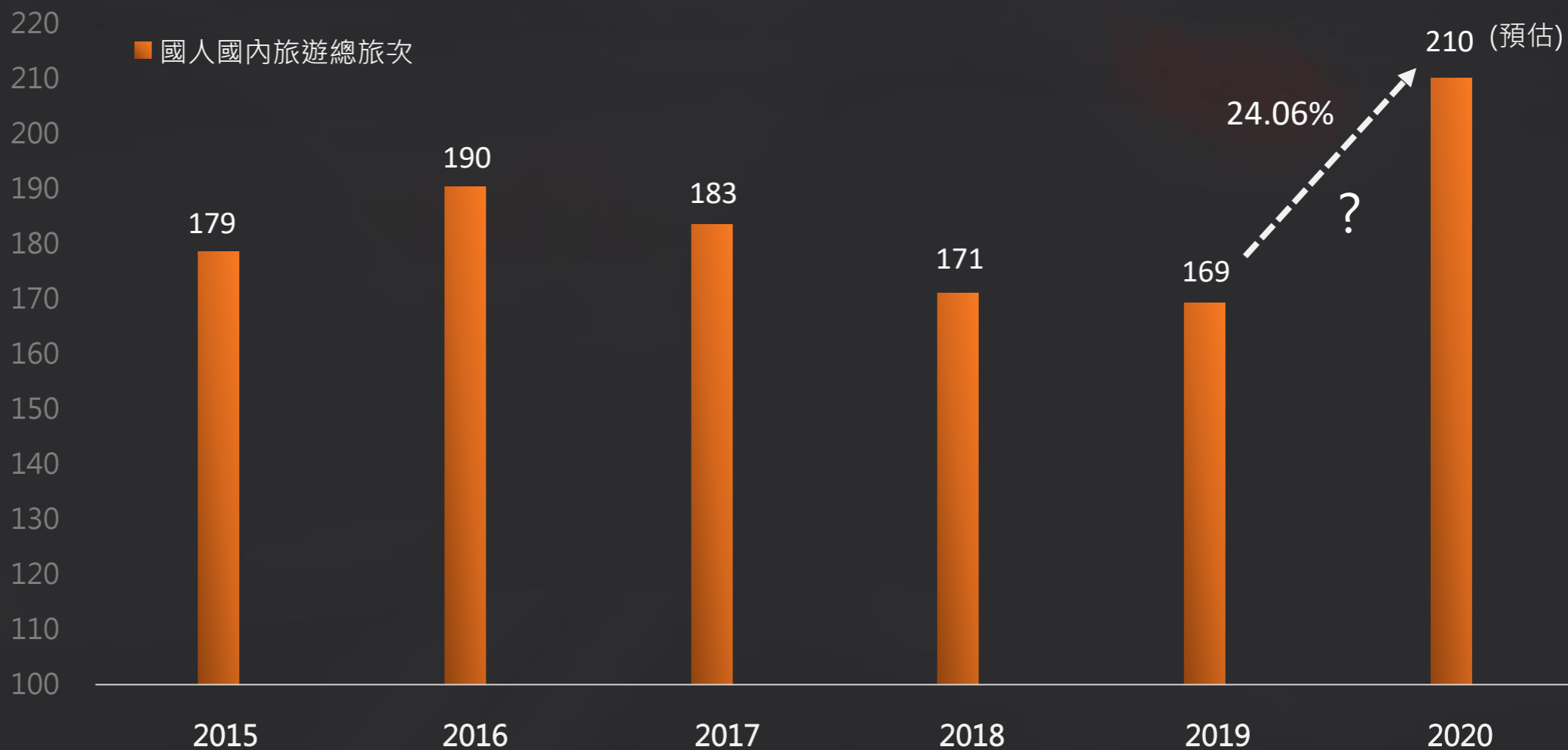
*與 2020年1月相較，9月出國人次衰退97.76%、來台人次衰退97.11%

資料來源：交通部觀光局統計資料
Source: Statistics of the Tourism Bureau, MOTC.



近五年國民旅遊統計表

單位：百萬旅次
Unit : 1,000,000 times of visiting

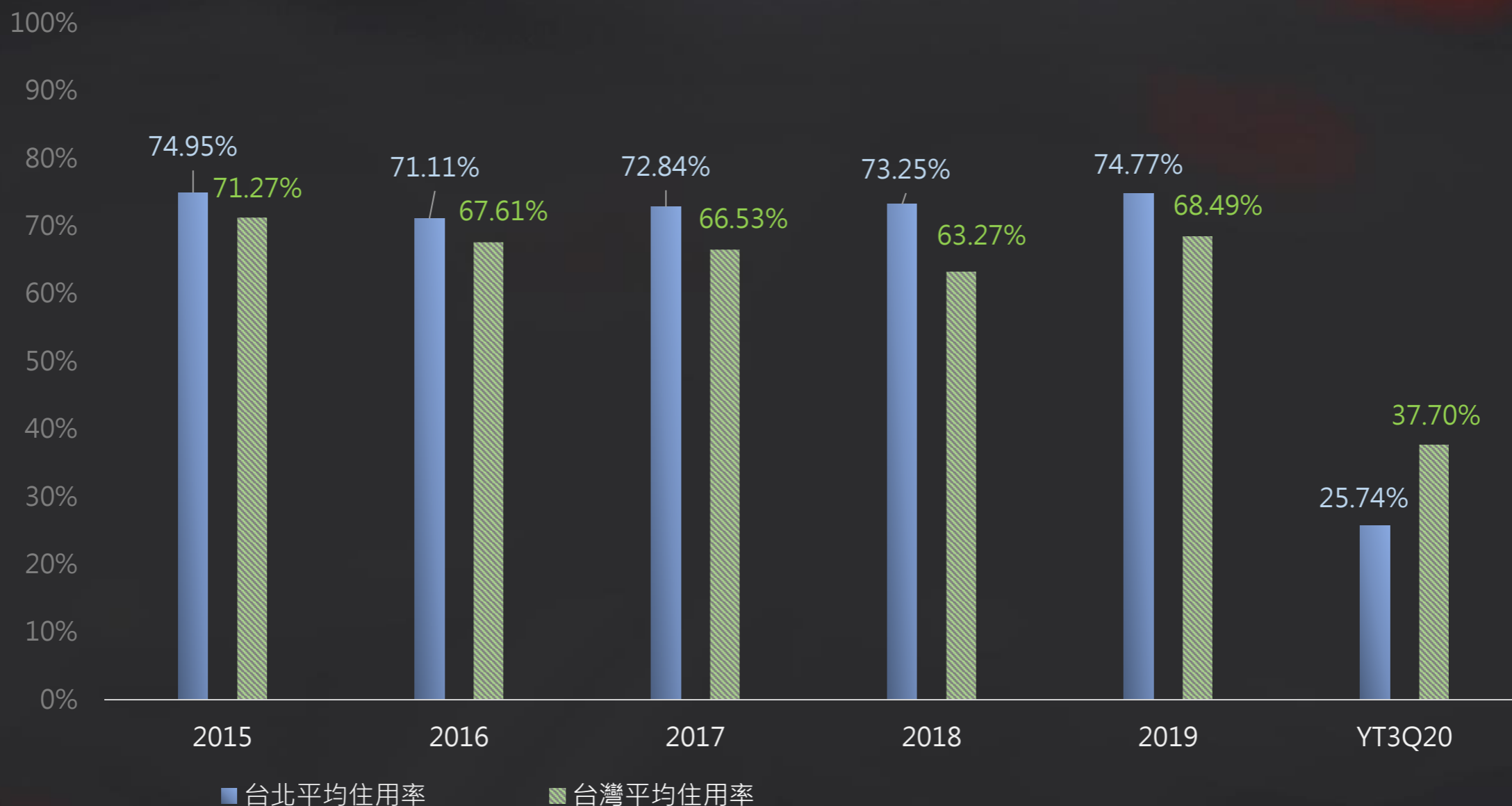


國人國內旅遊總支出	NT\$3,601億	NT\$3,971億	NT\$4,021億	NT\$4,002億	NT\$4,190億	未預估
每人每次平均旅遊支出	NT\$2,017元	NT\$2,086元	NT\$2,192元	NT\$2,203元	NT\$2,320元	

資料來源：交通部觀光局統計資料 & 交通部部長
Source: Statistics of the Tourism Bureau, MOTC & MOTC Chief Officer



台北與全台灣國際觀光旅館平均住用率

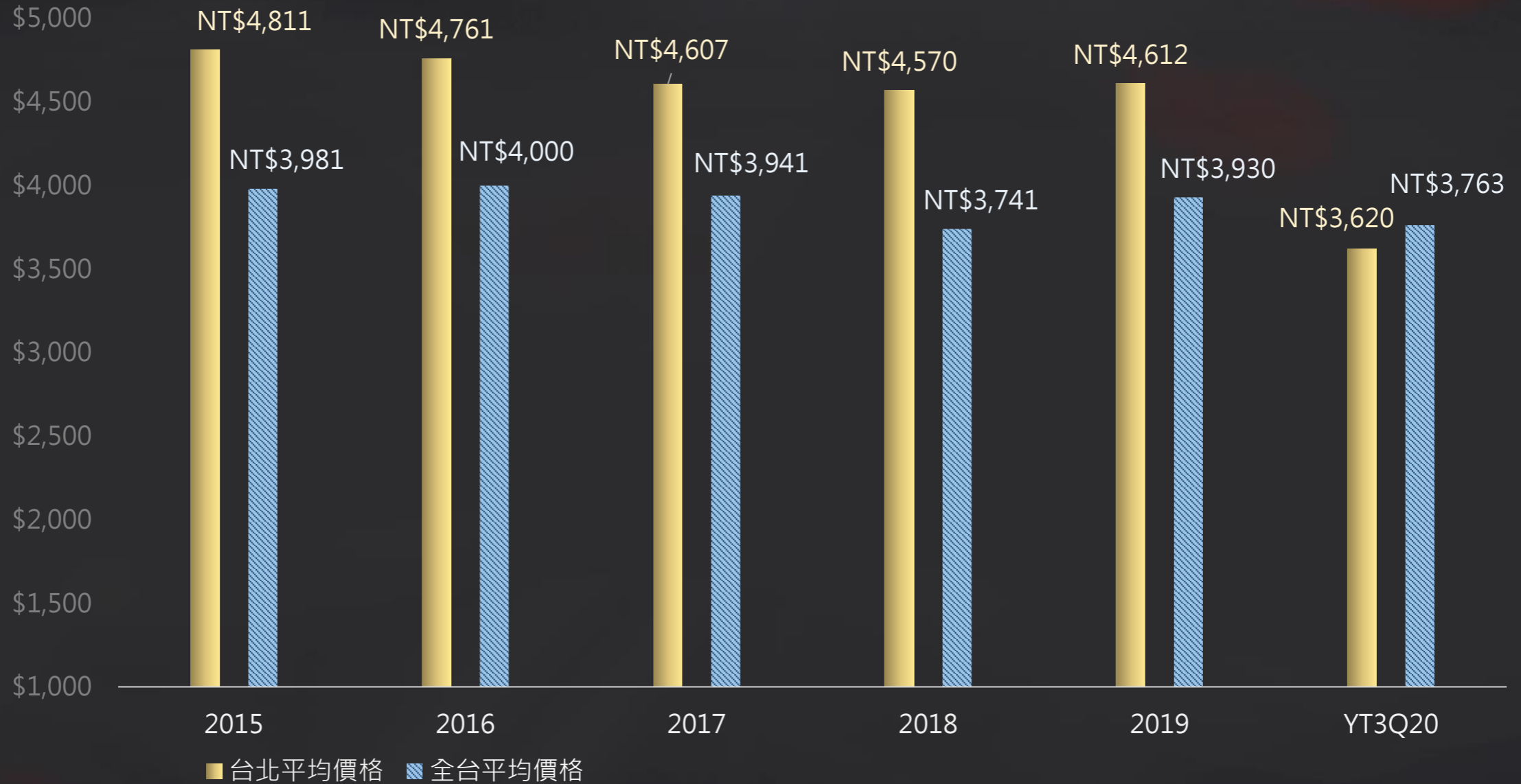


***與 2019年相較，2020年前三季台北平均住用率衰退65.57%、全台灣平均住用率衰退44.96%**

資料來源：交通部觀光局統計資料
Source: Statistics of the Tourism Bureau, MOTC.



台北與全台灣國際觀光旅館房價



***與 2019年相較，2020年前三季台北國際觀光旅館房價衰退21.51%、全台灣衰退4.25%**

資料來源：交通部觀光局統計資料
Source: Statistics of the Tourism Bureau, MOTC.



營運概況





合併營收

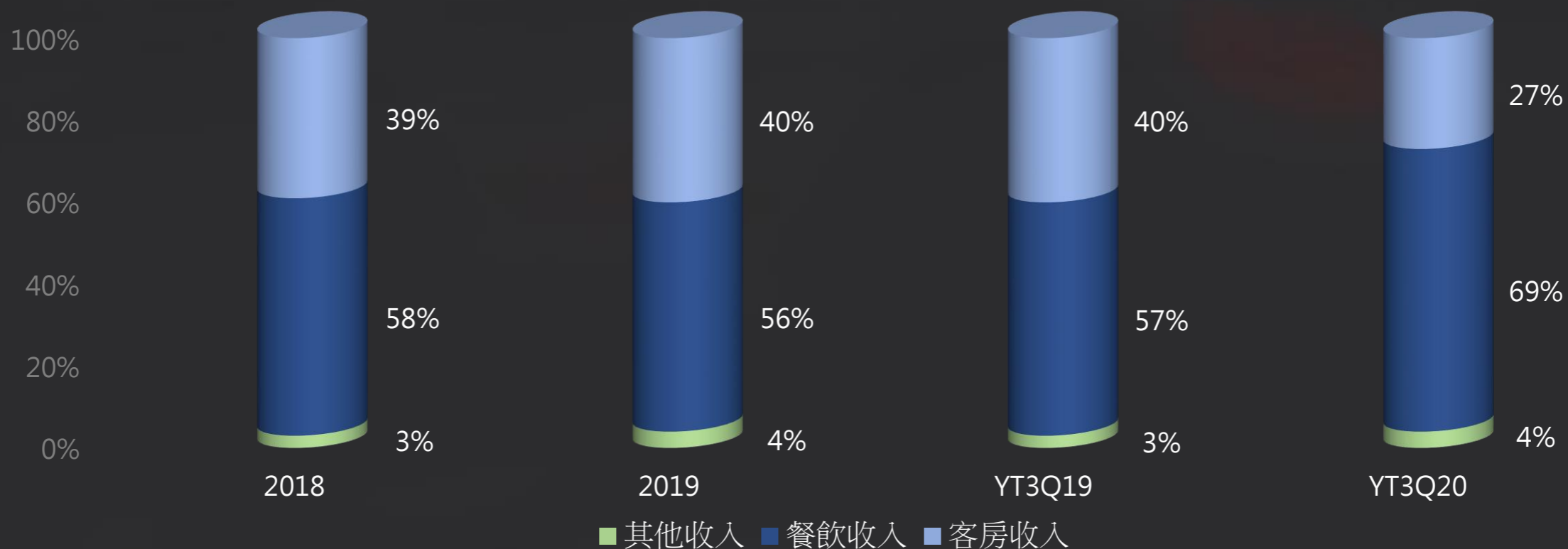
單位: 新台幣億元

期 間	1Q	2Q	3Q	4Q	合計
2019 營收	11.61	10.68	10.13	12.36	44.78
2019 EPS	0.29	0.01	(0.24)	1.05	1.11
2020 營收	7.28	4.59	7.52	-	19.39
2020 EPS	(1.74)	(0.70)	(0.27)	-	(2.71)

資料來源：本公司各年度及季度合併財務報告
Source: The company consolidated financial reports



主要產品營收比重



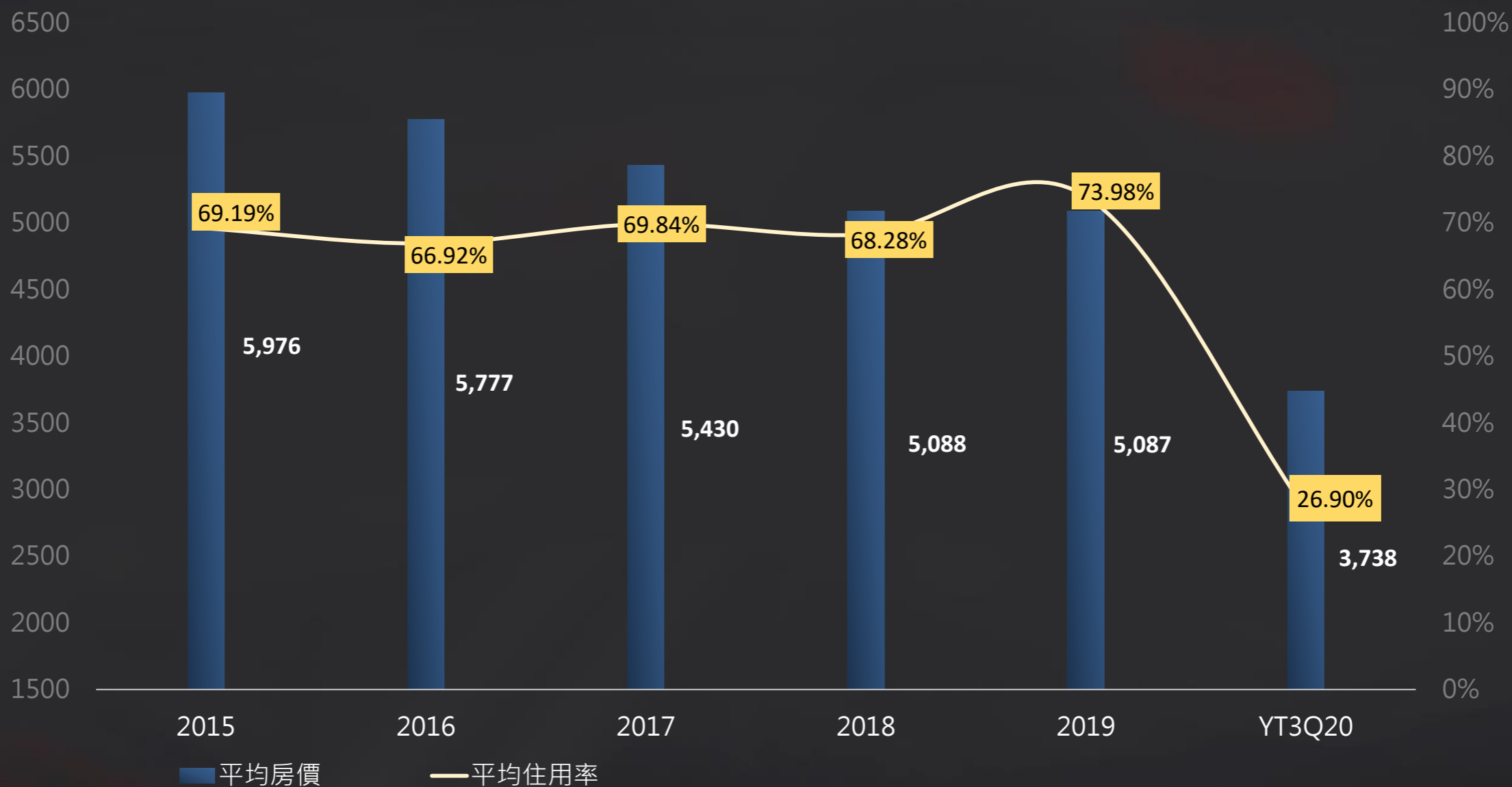
單位: 新台幣億元

期 間	餐飲收入	客房收入	其他收入	營收合計
2018	25.44	16.89	1.25	43.58
2019	25.21	18.08	1.49	44.78
YT3Q 19	18.40	13.02	1.00	32.42
YT3Q 20	13.32	5.28	0.79	19.39

資料來源：本公司各年度及季度合併財務報告
Source: The company consolidated financial reports



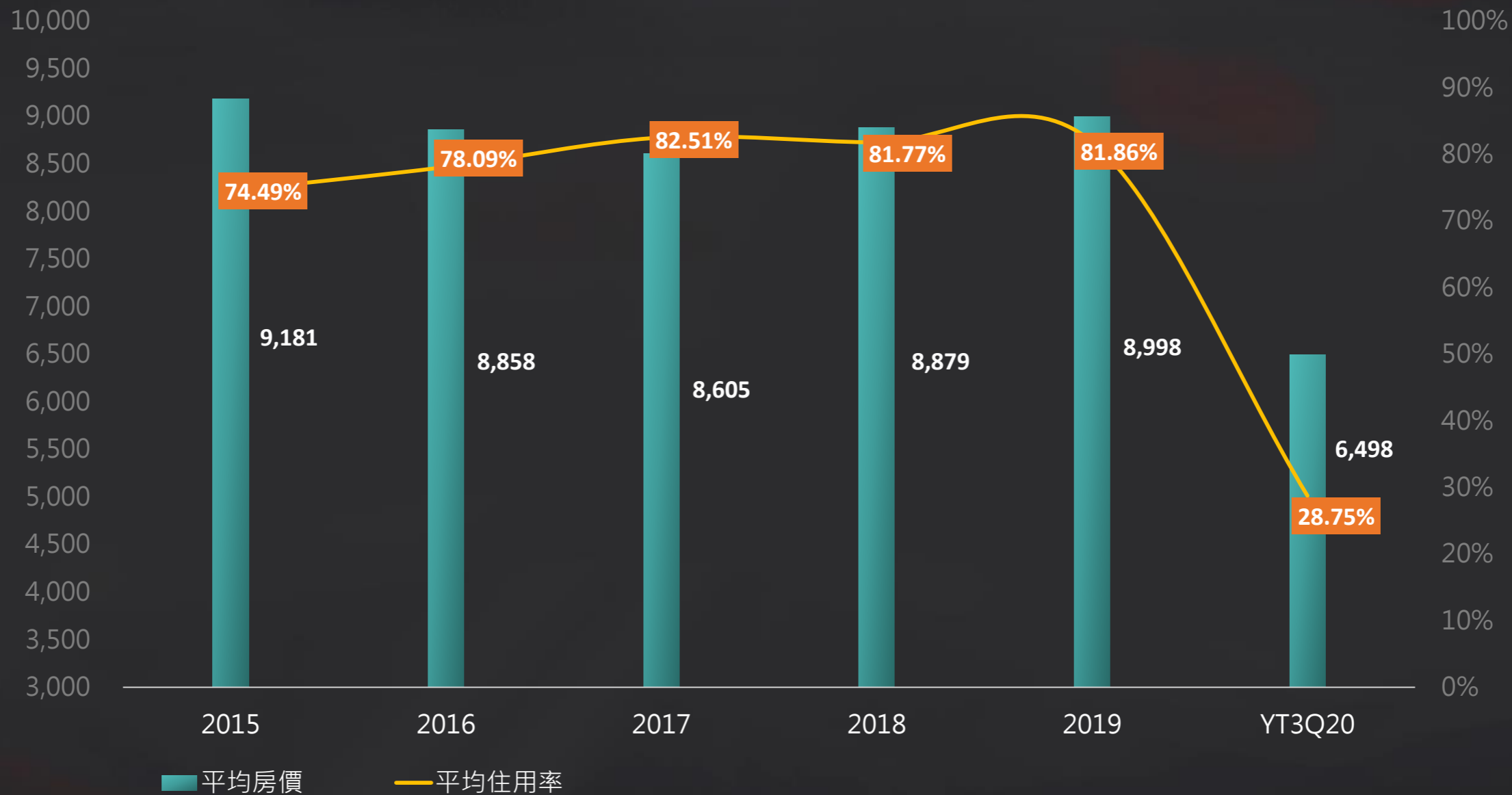
喜來登 平均住用率及房價



資料來源：交通部觀光局統計資料
Source: Statistics of the Tourism Bureau, MOTC.



艾美 平均住用率及房價



資料來源：交通部觀光局統計資料
Source: Statistics of the Tourism Bureau, MOTC.



寒沐 平均住用率及房價

項目	2018	2019	YT3Q 19	YT3Q 20
平均房價	NTD\$6,289	NTD\$6,284	NTD\$6,274	NTD\$6,425
平均住用率	62.8%	64.81%	61.76%	64.54%

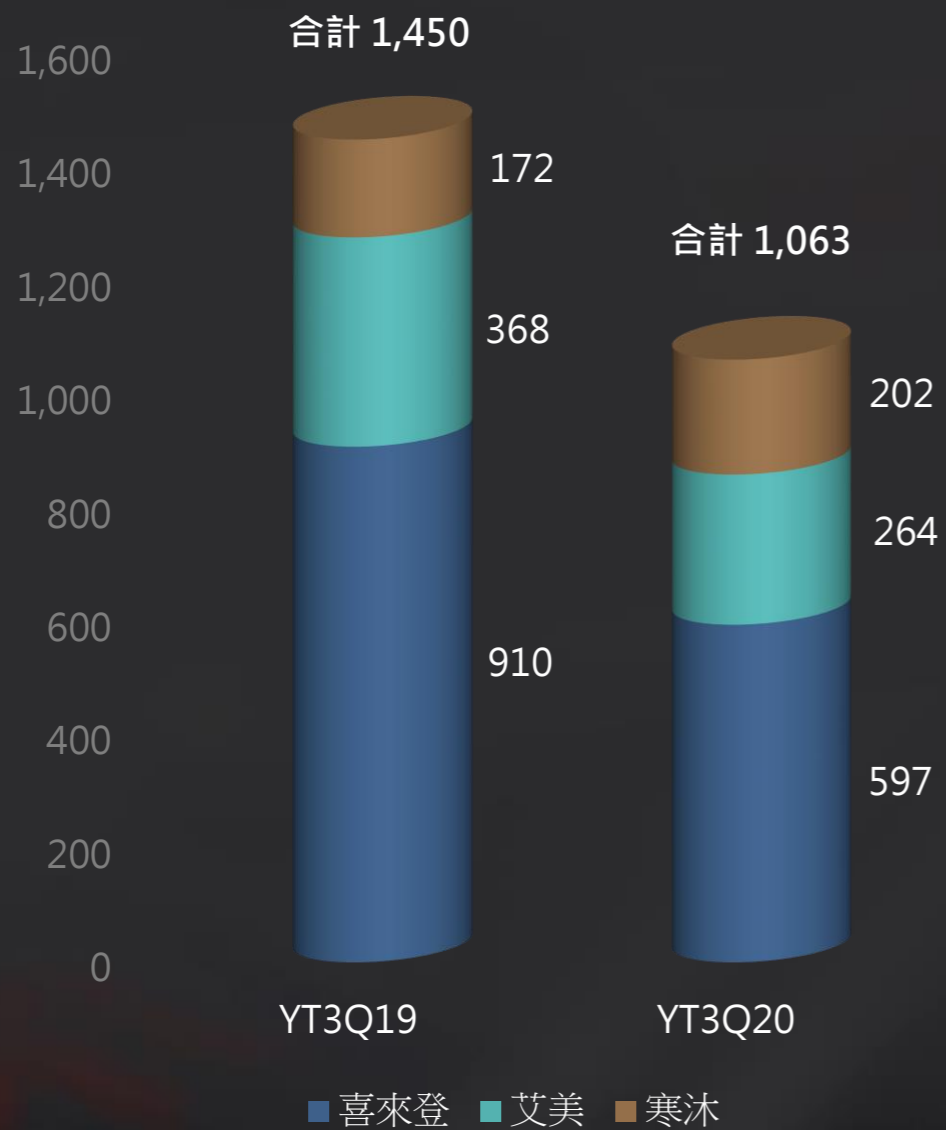
資料來源：本公司
Source: MHH



餐飲業務

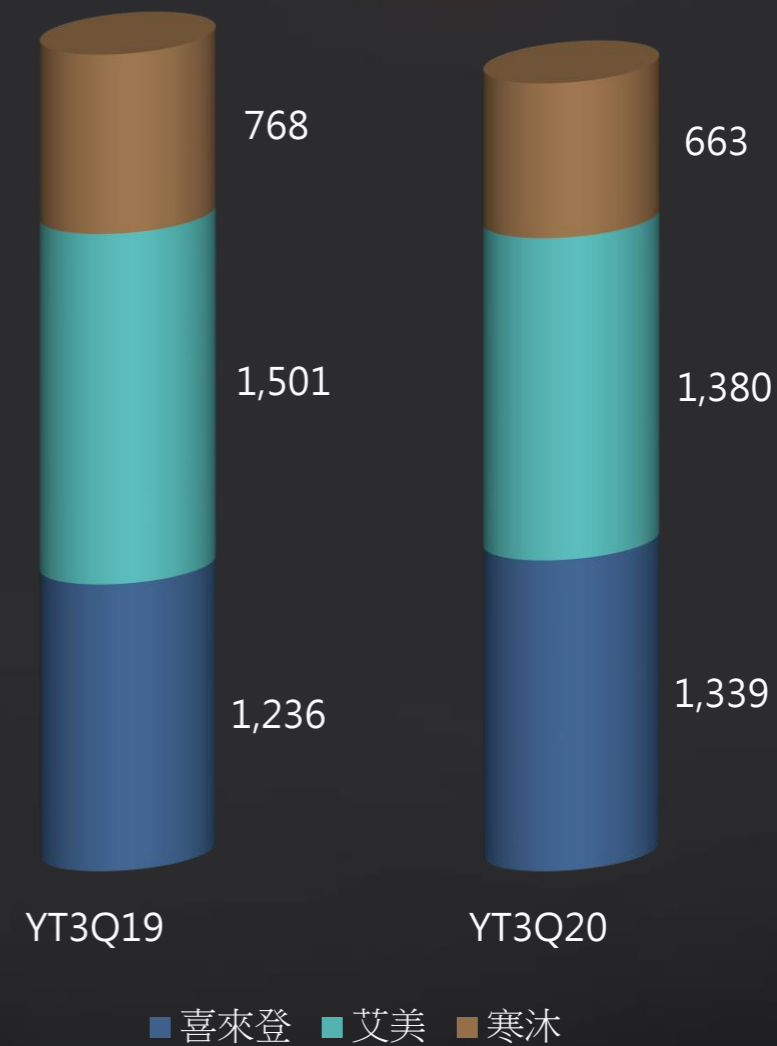
來客數

單位: 千人次



平均消費額

單位: 新台幣元/人



資料來源：本公司



盈餘分派情形

單位(元；百分比)

項目	2016	2017	2018	2019
股利	2.2	1.0	1.0	1.0
每股盈餘	2.63	1.06	1.02	1.11
配息比率	84%	94%	98%	90%

資料來源：公開資訊觀測站
Source: Market Observation Post System



ESG 成果





2019年公司治理評鑑結果

排序(由高至低)*	同業
前5% , 計45家上市公司	
6%~20% , 計135家上市公司	
21%~35% , 計135家上市公司	雲品
36%~50% , 計136家上市公司	寒舍餐旅
51%~65% , 計135家上市公司	
66%~80% , 計135家上市公司	國賓、晶華、六福
81%~100% , 計180家上市公司	

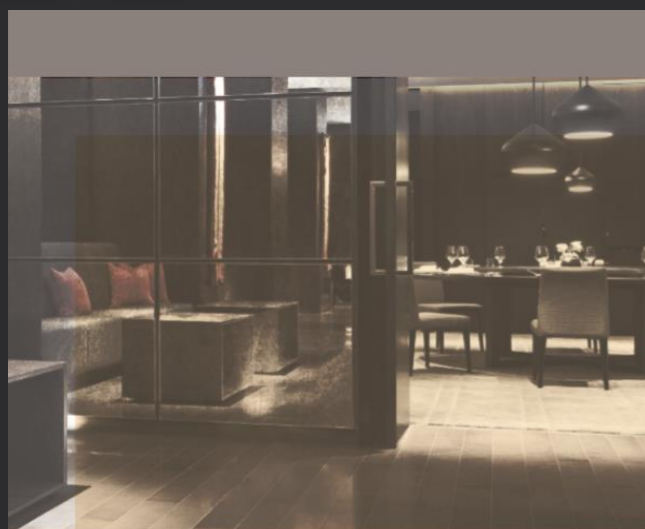
* 2019年共 901家上市公司參與評鑑

資料來源：財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會
Source: Securities & Futures Institute



企業社會責任報告書

本公司自2016年起已連續編製四年CSR報告書，並皆取得會計師確信報告



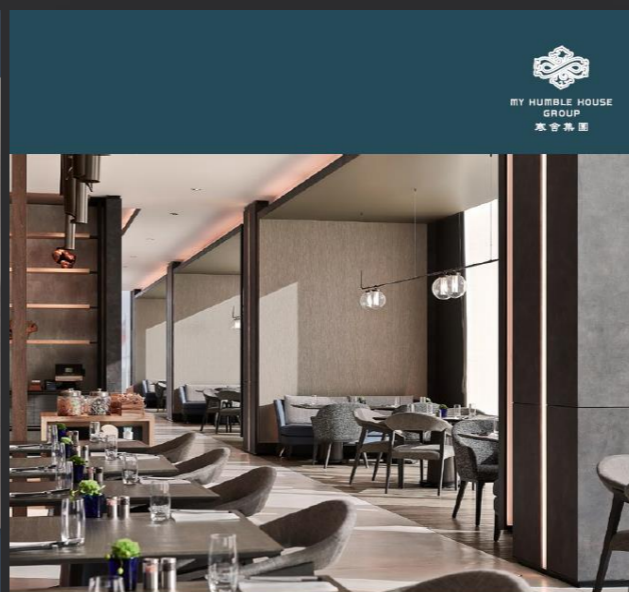
2016

寒舍餐旅管理顧問
企業社會責任報告書



MY HUMBLE HOUSE
HOSPITALITY MANAGEMENT
CONSULTING
寒舍餐旅管理顧問

2017 CSR REPORT
寒舍餐旅 企業社會責任報告書



MY HUMBLE HOUSE
GROUP
寒舍集團

2018

寒舍餐旅管理顧問企業社會責任報告書
CSR REPORT



2019 CSR REPORT
寒舍餐旅 企業社會責任報告書



MY HUMBLE HOUSE
GROUP



ESG 執行情形

公司治理	於2019年1月董事會通過設置公司治理主管
重視員工	成立「寒舍學堂」啓動接班人計劃、建立數位學習管道
食品安全	持續取得HACCP認證、內部實驗室自主檢驗、外部第三方委外檢驗
資訊安全	已擬訂資訊安全政策及風險管理方案
環境保護	在地食材採購、推動旅客登記卡及帳單無紙化，能源、水資源及廢棄物管理
社會公益	持續投入環保、公益活動及國內運動人才培育



贊助國內體育人才培育



贊助國內體育人才的培育及運動賽事：

- 2019年贊助中華企業射箭聯盟，成立寒舍射箭隊，培育國內射箭選手參與國際賽事，為國爭光
- 2019年贊助臺北富邦勇士-ABL 東南亞職業聯賽



淨灘活動愛護海洋



寒舍集團淨灘活動：

- 於宜蘭縣壯圍鄉永鎮海濱公園淨灘活動
- 參與人數：約100名
- 活動亮點：強調環保淨灘，自備雨傘，不使用一次性雨衣



慈善捐款及社區共好



自2013年起，每年皆舉辦耶誕慈善捐款活動，幫助中華民國身心障礙者藝文推廣協會。

自2019年起，認養台北喜來登大飯店正門口之忠孝東路上的7棵白千層行道樹，與社區共享綠色美好。



營運策略及計劃





COVID-19 的衝擊與影響

邊境管制

台北國際觀光飯店衝擊嚴重、休閒型飯店受益

需求變化

國際觀光客與商務會展、航空組員等需求急凍，轉向國旅市場

供給變化

部分飯店同業退出市場、亦有新飯店陸續加入

政府政策

紓困方案、安心旅遊、振興三倍券、新版國旅補助

消費模式

餐飲外送及冷凍即食商品成長顯著、視訊會議取代商務出差及活動

疫情變化

全球疫情變化、疫苗進度、各國邊境管制政策 (Travel Bubbles)



營運計劃與因應策略-1

行銷業務

- 積極開發國旅市場
- 擴充休閒設施及服務功能-親子主題、寵物旅館等
- 產品包裝規劃-結合旗下飯店及餐飲設計多樣化的行銷方案、與有區域互補性的同業合作雙城方案等，滿足國人需求
- 多元行銷通路-公司及萬豪官網、旅行社、OTA、臉書及KOL等社群媒體

成本擷節

- 申請政府相關紓困補助
- 與房東爭取租金減收
- 提升人力運用效率
- 整合採購及行銷資源



營運計劃與因應策略-2

強化餐飲優勢

- 強化各餐廳硬體設施
- 提升菜色豐富多樣性
- 美饌卡會員

數位及通路開發

- 運用數位工具，深化顧客關係精準行銷
- 開發冷凍即食商品及行銷通路

布局後疫情時代

- 員工多元培訓，多工人才養成
- 規劃相關產品內容，著眼鄰近國家散客市場



謝謝您的蒞臨