








日成控股股份有限公司  
REGAL HOLDING CO.,LTD.

**TW.4807**

# 法人說明會

April 21, 2021



	公司設立	2014.10.06
	董事長	<b>PHACHARAPON PHAIBOONSUNTORN</b>
	發行股數 資本額	38,386,000 股 新台幣383,860仟元
	主要營運地	泰國(1991.02.21-)
	集團員工人數	約2,900人

## 泰國生產基地

- 面積65,896平方公尺
- 三棟珠寶金工廠房
- 一幢珠寶電鍍廠中廠

# 產業地位

## 上游

- 金屬開採與生產
- 原石開採與生產

## 中游－1

- 寶石切割與拋光
- 寶石批發
- 珠寶設計與品牌營銷商
- 加工設備與物料供應

## 中游－2

- 珠寶金工製造
- 珠寶電鍍加工
- 珠寶配件加工

## 下游

- 珠寶品牌店
- 百貨公司
- 折扣商場
- 無實體商店  
(型錄商及B2C電商)
- 社群團購

# 特殊認證



Member of amfori, the leading global business association for open and sustainable trade. We improve the social performance of our supply chain via amfori BSCI. For more information visit [www.amfori.org](http://www.amfori.org)



Member



Cert No. 81019009



## 主要產品之國際商品統一分類代碼(HS Code)

### 7117卑金屬或其他材料製仿首飾

- 711711卑金屬製袖扣及飾鈕，不論是否鍍貴金屬
- 711719其他卑金屬製仿首飾，不論是否鍍貴金屬
- 711790其他材料製仿首飾

### 7113 貴金屬或包貴金屬的珠寶首飾及其零件 ★★★

- 711311銀製首飾及其配件，不論是否鍍上或被覆以其他貴金屬
- 711319其他貴金屬製首飾及其配件，不論是否鍍上或被覆以貴金屬
- 711320被覆貴金屬之卑金屬製首飾及其配件

# 7117及7113產品全球出口概況

泰國為世界排名前十大的銀/銅飾品出口國。

HS Code : 7117大類近三年全球出口概況								單位：佰萬美元			
排序	國家(2018年)	出口值	%	排序	國家(2019年)	出口值	%	排序	國家(2020年)	出口值	%
1	China	1,760.26	26.19	1	China	1,881.87	29.65	1	China	1,651.18	36.90
2	Hong Kong	739.03	11.00	2	Hong Kong	795.59	12.53	2	Hong Kong	602.68	13.47
3	France	494.84	7.36	3	France	471.84	7.43	3	France	550.86	12.31
4	Austria	475.64	7.08	4	Singapore	444.14	7.00	4	Germany	344.14	7.69
5	Singapore	459.44	6.84	5	Thailand	417.28	6.57	5	Thailand	241.05	5.39
6	Thailand	421.26	6.27	6	Italy	308.24	4.86	6	Singapore	187.96	4.20
7	Germany	382.93	5.70	7	Austria	317.05	5.00	7	India	141.63	3.17
8	Italy	373.85	5.56	8	Germany	313.33	4.94	8	United States	137.56	3.07
9	United States	253.87	3.78	9	United States	220.53	3.47	9	United Kingdom	128.04	2.86
10	India	198.66	2.96	10	India	160.89	2.53	10	South Korea	106.69	2.38

HS Code : 7113大類近三年全球出口概況								單位：佰萬美元			
排序	國家(2018年)	出口值	%	排序	國家(2019年)	出口值	%	排序	國家(2020年)	出口值	%
1	China	13,333.20	14.37	1	China	13,294.79	14.49	1	Switzerland	8,125.27	14.08
2	India	12,452.40	13.42	2	Switzerland	11,626.02	12.67	2	China	7,988.76	13.84
3	Switzerland	11,748.63	12.67	3	India	11,528.48	12.56	3	India	7,714.96	13.37
4	United States	9,930.20	10.71	4	United States	9,187.84	10.01	4	Hong Kong	6,330.66	10.97
5	Hong Kong	7,099.77	7.65	5	Hong Kong	7,855.00	8.56	5	United States	5,333.12	9.24
6	Italy	7,064.52	7.62	6	France	6,207.61	6.77	6	France	4,373.80	7.58
7	France	5,786.93	6.24	7	United Kingdom	6,141.85	6.69	7	Turkey	3,572.77	6.19
8	United Kingdom	4,446.99	4.79	8	Italy	5,978.80	6.52	8	United Kingdom	3,403.71	5.90
9	Turkey	4,410.97	4.76	9	Turkey	5,100.99	5.56	9	Thailand	2,596.87	4.50
10	Thailand	3,865.32	4.17	10	Thailand	3,684.68	4.02	10	Singapore	1,767.50	3.06

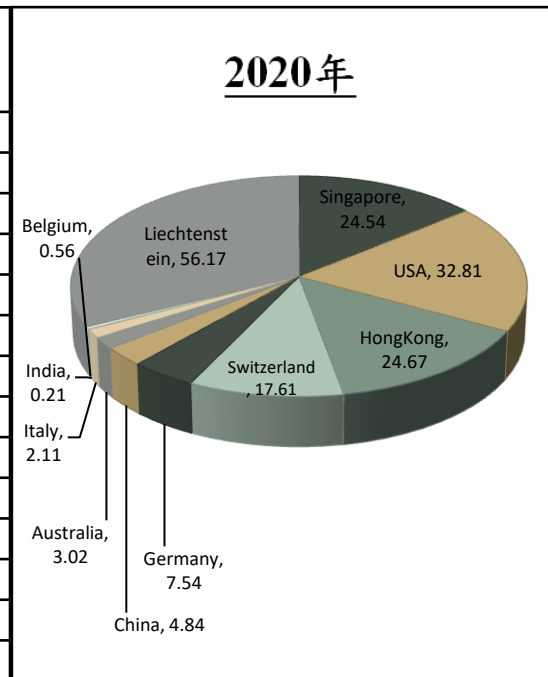
# 泰國7117產品前十大出口 (2018-2020)

※7117卑金屬或其他材料製仿首飾

Thailand Major Export Country (2018-2020) #7117 Imitation Jewelry									
Country	2020Q1-Q3			Quarterly 4			Total		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
	Singapore	52.25	59.01	<b>20.24</b>	21.45	17.32	<b>4.3</b>	73.7	76.33
USA	32.73	27.75	<b>21.91</b>	11.63	11.43	<b>10.9</b>	44.36	39.18	<b>32.81</b>
Hong Kong	12.25	16.32	<b>16.8</b>	5.36	6.16	<b>7.87</b>	17.61	22.48	<b>24.67</b>
Switzerland	5.63	10.41	<b>12.43</b>	2.32	3.44	<b>5.18</b>	7.95	13.85	<b>17.61</b>
Germany	12.77	7.11	<b>5.45</b>	3.48	2.68	<b>2.09</b>	16.25	9.79	<b>7.54</b>
China	4.22	4.31	<b>3.44</b>	0.16	1.04	<b>1.4</b>	4.38	5.35	<b>4.84</b>
Australia	2.42	2.23	<b>2</b>	0.63	0.77	<b>1.02</b>	3.05	3.00	<b>3.02</b>
Italy	3.85	2.16	<b>1.61</b>	2.05	0.55	<b>0.5</b>	5.9	2.71	<b>2.11</b>
India	1	1.1	<b>0.16</b>	0.1	0.28	<b>0.05</b>	1.1	1.38	<b>0.21</b>
Belgium	0.73	0.85	<b>0.44</b>	0.2	0.23	<b>0.12</b>	0.93	1.08	<b>0.56</b>
Liechtenstein	120.73	116.87	<b>47.06</b>	44.32	40.42	<b>9.11</b>	165.05	157.29	<b>56.17</b>

Source: Gem and Jewelry Information Center

單位：佰萬美元



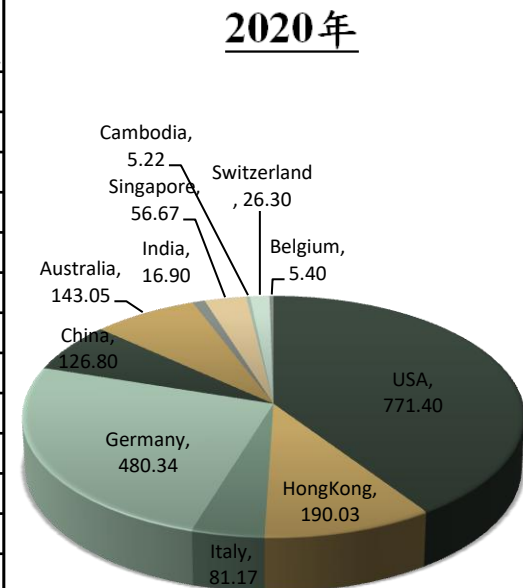
泰國2020上半年出口額受疫情影響大幅下滑，Q3起緩步回溫。

# 泰國7113產品前十大出口 (2018-2020)

\*7113 貴金屬或包貴金屬的珠寶首飾及其零件

Thailand Major Export Country (2018-2020)										
#7113 Articles Of Jewelry And Parts Thereof, Of Precious Metal Or										
Of Metal Clad With Precious Metal										
Country	2020Q1-Q3			Quarterly 4			Total			單位：佰萬美元
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	
USA	747.12	632.28	<b>511.30</b>	253.69	271.82	<b>260.1</b>	1000.81	904.10	<b>771.40</b>	
Hong Kong	562.67	472.77	<b>130.17</b>	55.48	68.36	<b>59.86</b>	618.15	541.13	<b>190.03</b>	
Italy	65.09	178.76	<b>67.23</b>	13.71	12.98	<b>13.94</b>	78.8	191.74	<b>81.17</b>	
Germany	416.77	312.26	<b>349.64</b>	179.91	194.62	<b>130.7</b>	596.68	506.88	<b>480.34</b>	
China	146.74	123.66	<b>105.94</b>	65.71	55.54	<b>20.86</b>	212.45	179.20	<b>126.80</b>	
Australia	115.37	81.90	<b>79.58</b>	61.03	50.44	<b>63.47</b>	176.4	132.34	<b>143.05</b>	
India	38.88	50.72	<b>12.72</b>	2.47	20.2	<b>4.18</b>	41.35	70.92	<b>16.90</b>	
Singapore	31.6	32.61	<b>34.30</b>	12.39	13.29	<b>22.37</b>	43.99	45.90	<b>56.67</b>	
Cambodia	3.56	9.83	<b>5.22</b>	0.46	12.62	<b>0</b>	4.02	22.45	<b>5.22</b>	
Switzerland	99.31	81.05	<b>20.65</b>	10.04	10.59	<b>5.65</b>	109.35	91.64	<b>26.30</b>	
Belgium	4.2	4.22	<b>3.01</b>	1.89	1.83	<b>2.39</b>	6.09	6.05	<b>5.40</b>	
Total	2231.31	1980.06	<b>1319.76</b>	656.78	712.29	<b>583.52</b>	2888.09	2692.35	<b>1903.28</b>	

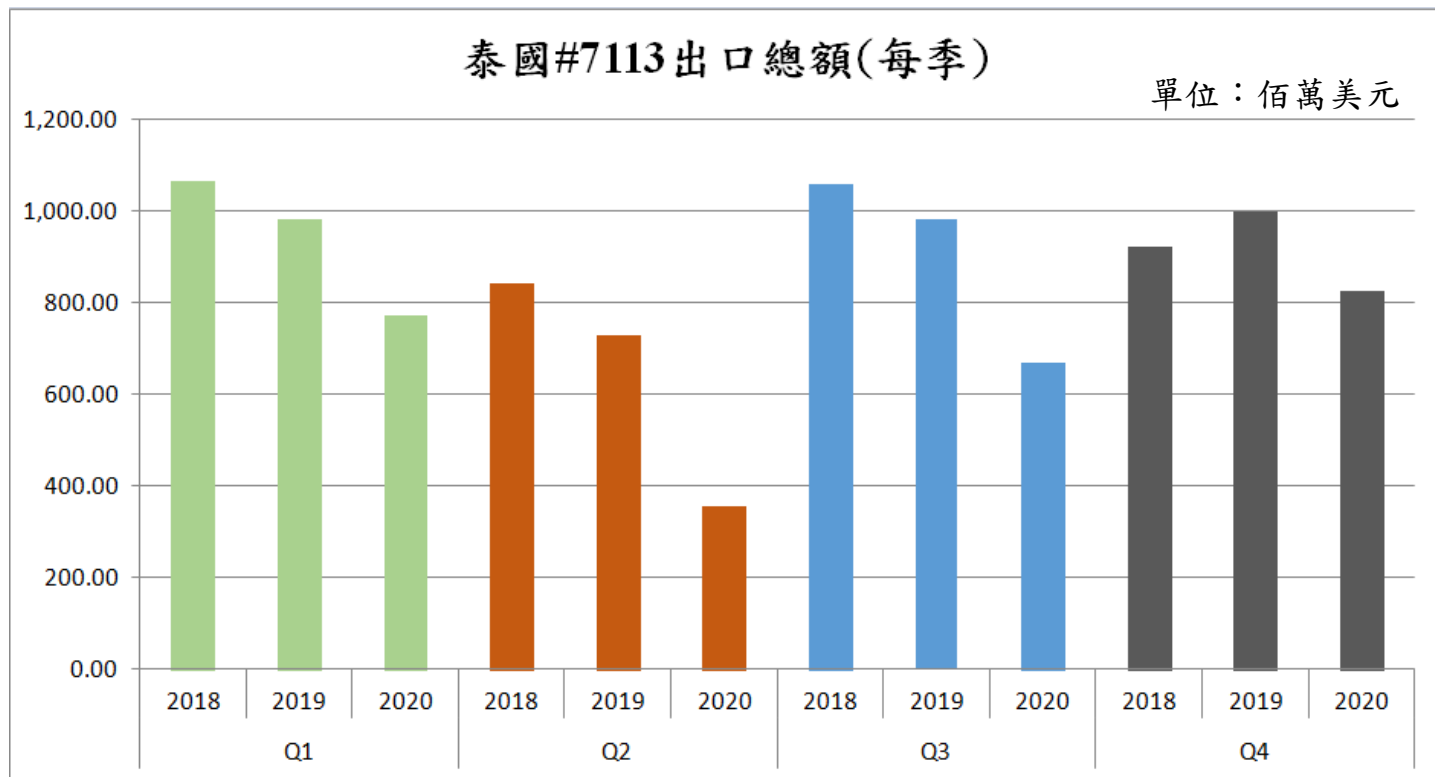
Source: Gem and Jewelry Information Center



泰國2020上半年出口額受疫情影響大幅下滑，Q3起緩步回溫。



# 泰國7113產品出口總額(2018-2020)



泰國2020上半年出口額受疫情影響大幅下滑，Q3起緩步回溫。



# 2020年營運報告

---

A few months into COVID-19, consumer shopping online has increased significantly across many categories. Consumer intent to shop online continues to increase. What's more, these habits seem likely to stick as US consumers report an intent to shop online even after the COVID-19 crisis. Even discretionary categories such as skin care/makeup, apparel, and jewelry and accessories show expected online customer growth of more than 15 percent.

Source : McKinsey report

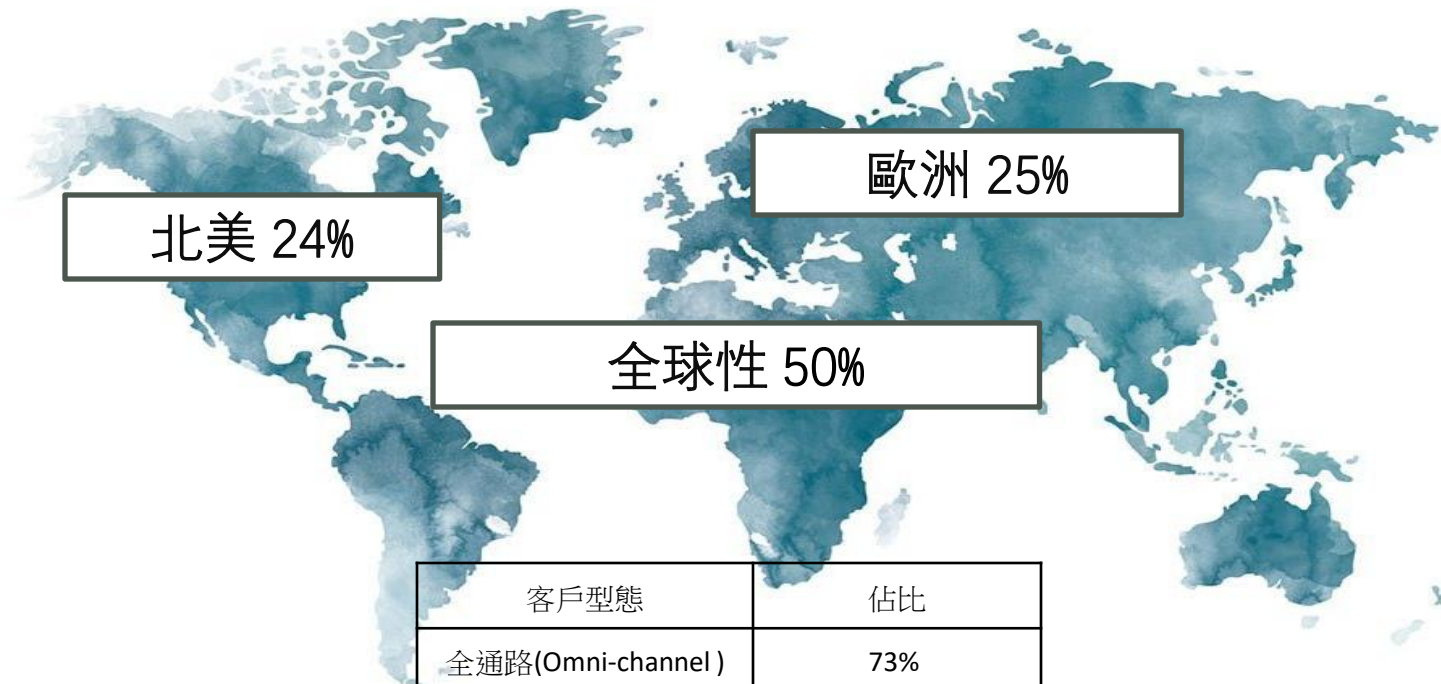
# 2020年總結

- 對外深化全通路(Omni-channel)客戶合作關係，對內強化員工衛生安全教育，強化日成集團內外結構。
- 導入中小型生產線，爭取更多Z世代少量多樣高毛利產品訂單。
- 金工營收年增約14.23%，在成本控管得宜下，毛利率由前一年度的10.69%增為25.52%；電鍍營收則年減約15.15%，毛利率由前一年度的17.21%降為10.80%，係貴金屬價格漲勢不斷侵蝕毛利。
- A-Team跨部門團隊作業，有效提升2020年新產品研發成功率逾50%。
- 逐步優化生產製程降低成本，同時更專注於產品質量的提升和高階技能的研發，全年獲利由虧轉盈。

# 新型冠狀病毒之工廠管理

1. 於既有防疫措施下，強化員工和訪客安全距離、體溫監控、洗手消毒、口罩配戴和防疫觀念宣導等管理機制，同時謝絕非必要訪客來訪。
2. 落實員工健康及行程回報機制，非工作日期間，要求員工分組定時做行程及安全回報，同時建立複查機制，以避免員工涉入高危險區域，對於涉及高危險區域員工將加強隔離及管理措施。
3. 廠內增設洗手裝置、定期消毒、保持室內通風、設立安全距離警戒、禁售生食和張貼防疫文宣。
4. 設立四階段風險確診應變措施，以維繫工廠正常運作。

# 日成控股客戶比重



客戶型態	佔比
全通路(Omni-channel)	73%
線上(Online channel)	22%
線下(Offline channel)	5%

# 日成控股2020年營業概況說明

單位：NTD千元	2017		2018		2019		2020	
營業收入	2,149,774	100%	2,928,169	100%	1,809,297	100%	1,765,557	100%
營業成本	1,489,312	69%	2,052,864	70%	1,583,125	87%	1,363,969	77%
營業毛利	660,462	31%	875,305	30%	226,172	13%	401,588	23%
推銷費用	58,994	3%	67,994	2%	68,965	4%	69,764	4%
研發費用	66,203	3%	79,543	3%	70,286	4%	60,775	3%
管理費用	193,794	9%	230,074	8%	180,582	10%	166,382	9%
營業費用合計	318,991	15%	389,035	13%	330,170	18%	286,693	16%
營業淨利(損)	341,471	16%	486,270	17%	(103,998)	-6%	114,895	7%
利息收入	1,054	0%	1,724	0%	3,399	0%	643	0%
利息費用	5,896	0%	705	0%	4,228	0%	8,678	0%
外幣兌換	(29,691)	-1%	(1,759)	0%	(13,865)	-1%	10,463	1%
營業外收入(支出)合計	(28,591)	-1%	18,122	1%	(6,850)	0%	9,399	0%
稅前淨利	312,880	15%	504,392	17%	(110,848)	-6%	124,294	7%
所得稅	89,725	4%	136,986	5%	7,522	0%	26,646	2%
稅後淨利	223,155	10%	367,406	13%	(118,370)	-7%	97,648	5%
股本	361,500		381,600		384,700		383,860	
每股盈餘(虧損)	3.51		5.41		(3.83)		2.31	

← 累計營收17.66億元

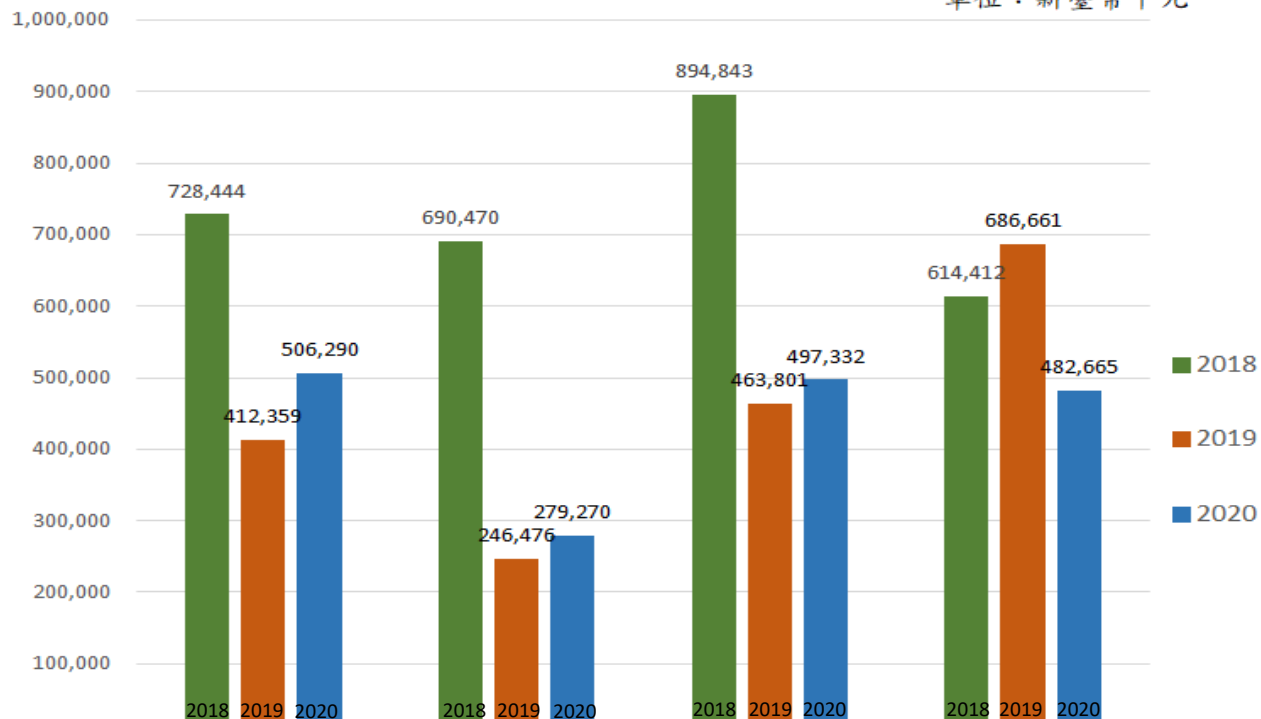
← 毛利率23%

← 稅後淨利率5%

← EPS 2.31

## RH 季度營業收入

單位：新臺幣千元



	Q1	Q2	Q3	Q4
2020	506,290	279,270	497,332	482,665
2019	412,359	246,476	463,801	686,661
2018	728,444	690,470	894,843	614,412



# 2021年經營方針及展望

---

The challenging environment born out of the unprecedented events of 2020 will linger into 2021, with global fashion sales projected to be below 2019 levels by as much as 15 percent in the Later Recovery scenario. A full recovery of global fashion sales to pre-crisis levels will not come until the third quarter of 2022 at the earliest, according to McKinsey's Fashion Scenarios.

Source : BOF & McKinsey report



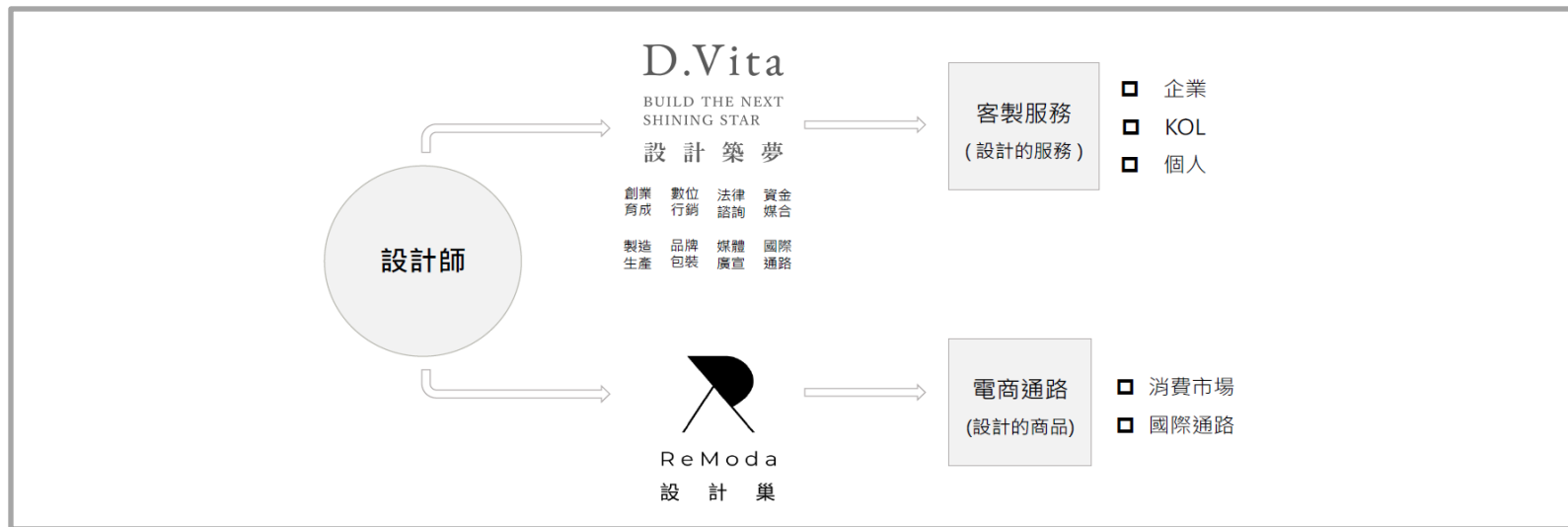
# 2021年經營方針及展望

1. 防疫宣導永不懈怠。
2. 改造產線，借力使力，維持人力調整及產銷平衡之靈活性。
3. 軟硬體升級，提升資安防護及部門管理效率。
4. 集團各事業體的扎根與茁壯。



# 設計師夥伴的舞台

- 企業理念：以激發人心跨界共創(Re-unite Inspiring Creation)
- 透過「D.Vita設計築夢」及「ReModa設計巢」兩大服務平台，為設計師提供一個從設計到市場一站式整合服務



# 設計師夥伴的舞台

## 2020/Q4:

10月份 - 華星娛樂原創IP衍生商品開發合作

設計師招募選拔與團隊建立

11月份 - 金馬獎新人獎首飾合作

12月份 - 誠品生活肖年頭家嘉年華會

設計師概念培訓與樣品產出

## 2020/Q2-Q3:

1.06/18 - 「D.Vita設計築夢」  
與「ReModa設計巢」平台誕生

2.平台優化與FB/IG粉專經營

## 2021:

1月份-設計師培訓製程解析

3月份-設計師1對1專屬客製培育

4月份-Pitch Demo 嚴選設計師活動

5月份-選設計師3D打樣

7月份-D.Vita嚴選設計師新品 募資預購

8月份-第二屆D.Vita設計築夢招募

10月份-精選設計師選拔

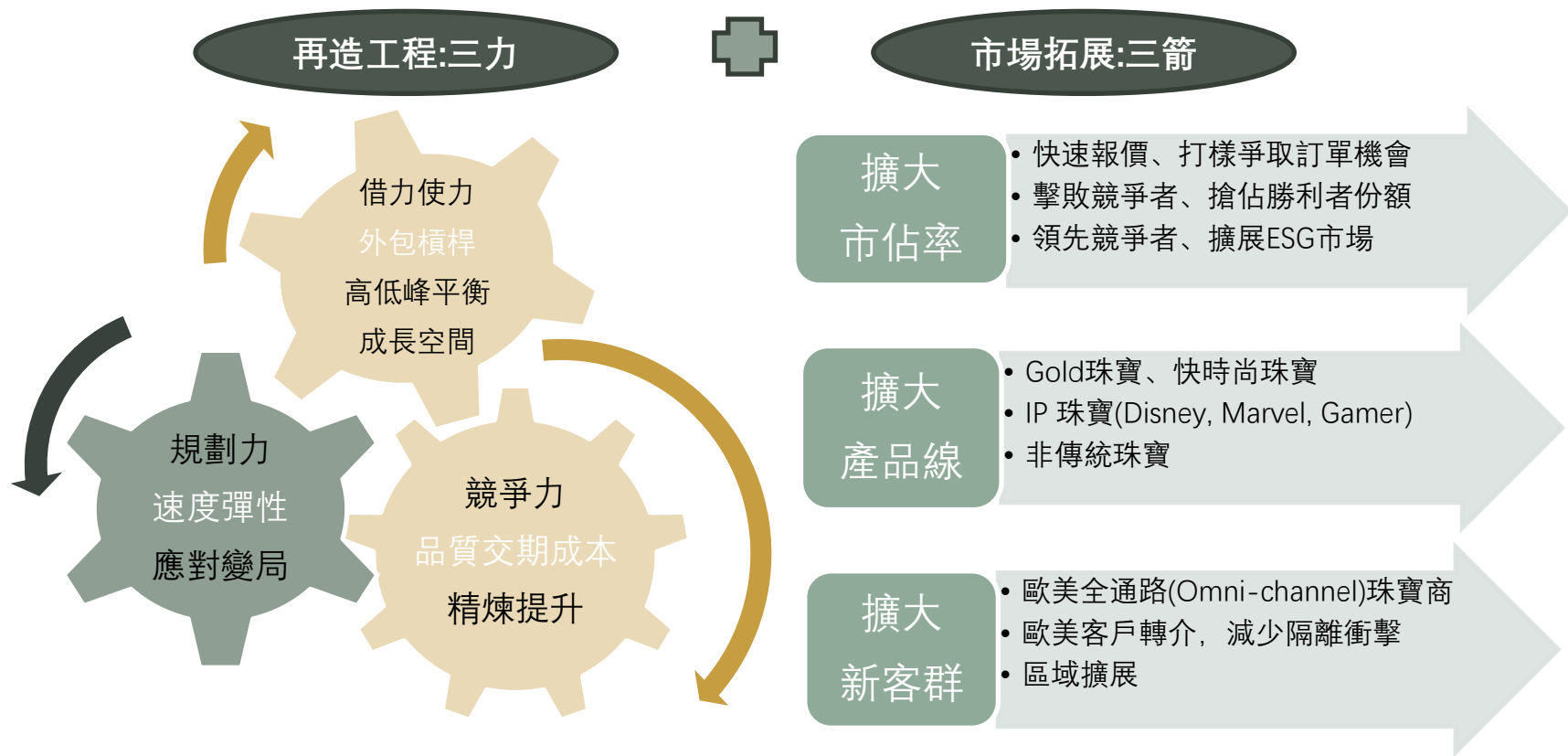
11月份-年度耀眼之星評比

12月份-第2屆 D.Vita精選設計師加速育成

# 品牌通路的拓展

- **電子商務：** AMAZON(USA)、MOMO(TW)、Pinkoi(TH)、Shopee(TH)、Lazada(TH)和T-MALL(CN)等。
- **實體店面：** Central店中店(TH)、Café'(TH)、松江總店特賣會(TW)、SELF Oasis (TW)和快閃店等，另於泰國將與新經銷商合作，完成全泰26個零售通路的佈點。
- **品牌合作：** 結合知名泰國直銷通路及台灣影視和網劇等平台，跨界雙贏。

# OEM/ODM的成長



# 日成集團的應變及期許

- 工匠精神的極致
- 品牌的核心綠色供應商
- 客戶成長的合作夥伴
- 新品牌支持者
- 全方位服務領導者

如今，珠寶不再只是單純的珠寶，  
如同流行及奢侈品產業的變化，

日成正在銳變中

# 珠寶<sup>+</sup>的發展舞台

技術．工藝．設計．創新



日成控股股份有限公司

**Thank You**

**股票代號：4807**

