

TW.4807



日成控股股份有限公司
REGAL HOLDING CO., LTD

法人說明會

TW. 4807

Oct 25, 2023



上市日期

2017.06.26



董事長

Phacharapon Phaiboonsuntorn

發行股數
資本額38,396,032 股
新台幣 383,396 仟元

集團員工人數

約 2,600 人



主要營運地

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



特殊認證



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
- 珠寶貴金屬回收

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

泰國 7113 產品前十大出口 (2020-2023)

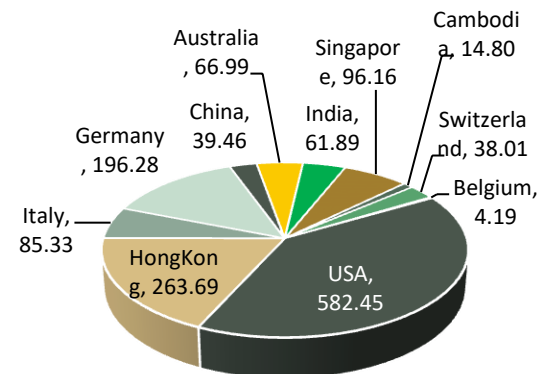
7113 貴金屬或包貴金屬的珠寶首飾及其零件

- 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

Thailand Major Export Country (2020-2023)								
#7113 Articles Of Jewelry And Parts Thereof, Of Precious Metal Or								
Of Metal Clad With Precious Metal 單位：佰萬美元								
Country	Quarter 2				Total			
	2020	2021	2022	2023(4-6)	2020	2021	2022	2023(4-6)
USA	103.48	301.95	361.1	301.16	771.40	1260.16	1368.63	582.45
Hong Kong	21.46	45.44	42.85	102.58	190.03	191.25	233.43	263.69
Italy	8.28	11.77	17.95	24.79	81.17	64.35	122.70	85.33
Germany	84.18	96.43	121.58	97.33	480.34	490.95	479.34	196.28
China	34.83	33.1	24.65	23.11	126.80	90.11	84.94	39.46
Australia	14.13	34.46	35.79	34.99	143.05	161.50	176.73	66.99
India	0.11	1.33	33.09	47.7	16.90	32.15	121.20	61.89
Singapore	3.88	10.83	12.88	12.45	56.67	74.08	152.59	96.16
Cambodia	0	0.02	1.8	3.77	4.54	1.00	10.91	14.80
Switzerland	5.28	4.74	16.66	20.45	26.30	26.02	59.64	38.01
Belgium	0.53	2.56	1.84	1.96	5.40	7.45	9.63	4.19
Total	276.16	542.63	670.19	670.29	1902.60	2399.02	2819.74	1449.25

Source: Gem and Jewelry Information Center

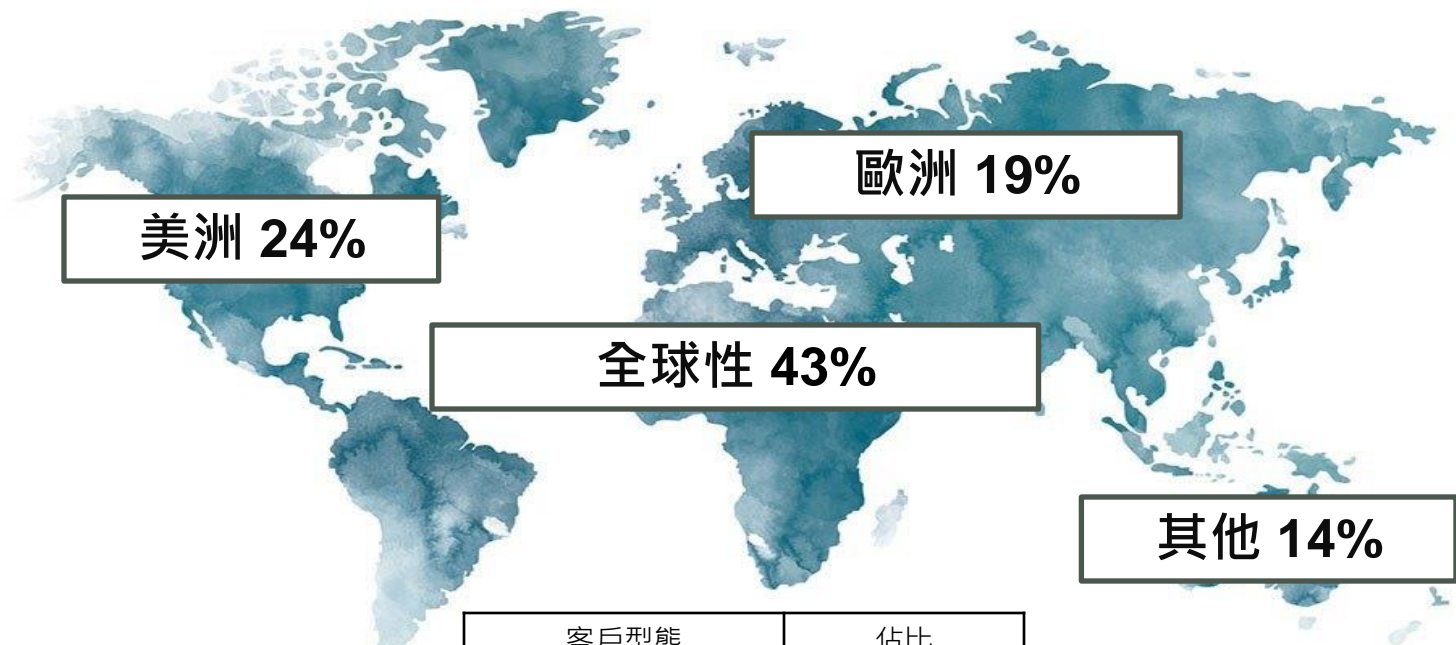
2023 Jan - Jun





日成控股 2023Q2 營業概況

日成控股客戶比重



客戶型態	佔比
全通路 (Omni-channel)	90.01%
線上 (Online channel)	8.93%
線下 (Offline channel)	1.06%

日成控股集團業績減退原因

➤ 2021 年底

- 客戶提前下單：為因應 Q4 傳統產業旺季和國際空運、海運等運輸供應鏈可能斷鏈的負面影響，主力客戶均提前下單作為因應。

➤ 2022-2023 年

- 烏俄戰爭爆發：國際糧食與能源供給因戰爭而短缺，導致世界各國通膨率不斷飆升。
- 消費者可支配所得減少：除了可支配所得受到通膨侵蝕，消費者將多數所得保留給民生必需品，對於奢侈品的支出因此減少。
- 升息與經濟衰退：國際主要央行為對抗通膨而連續升息，世界經濟成長動能因此衰減、連帶衝擊消費者信心與訂單。

日成控股 2023Q2 營業概況說明

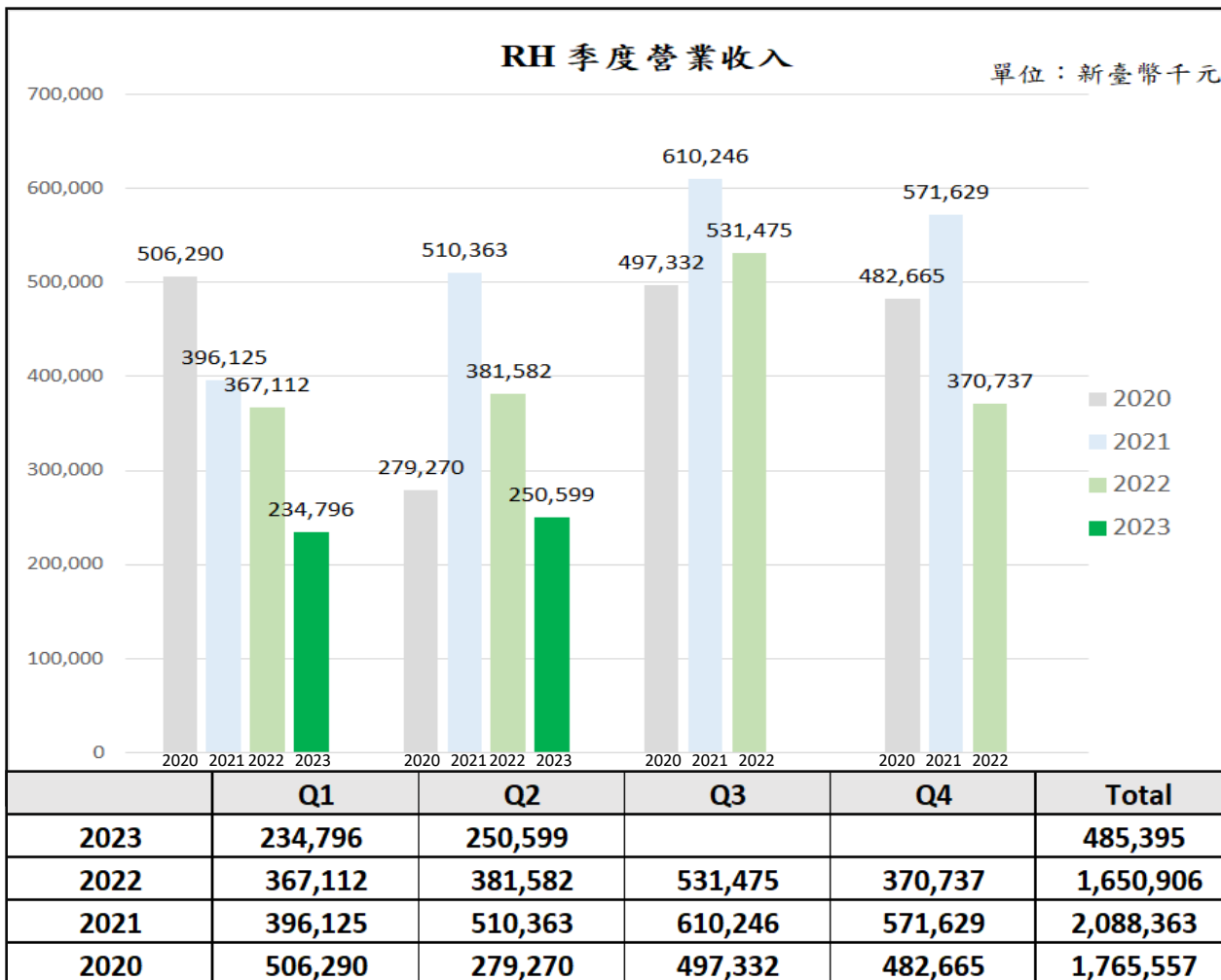
單位：NTD千元	2020Q2		2021Q2		2022Q2		2023Q2	
營業收入	279,270	100%	510,363	100%	381,582	100%	250,599	100%
營業成本	223,312	80%	396,475	78%	340,805	89%	270,490	108%
營業毛利	55,958	20%	113,888	22%	40,777	11%	(19,891)	-8%
推銷費用	12,439	4%	16,232	3%	14,413	4%	13,737	5%
研發費用	13,321	5%	15,629	3%	14,304	4%	16,055	7%
管理費用	33,771	12%	39,830	8%	35,270	9%	29,564	12%
預期信用減損損失(迴轉利益)	(3,869)	-1%	577	0%	945	0%	(92)	0%
營業費用合計	55,662	20%	72,268	14%	64,932	17%	59,264	24%
營業淨利(損)	296	0%	41,620	8%	(24,155)	-6%	(79,155)	-32%
利息收入	314	0%	223	0%	275	0%	1,879	1%
其他收入	2,501	1%	1,565	0%	3,768	1%	2,411	1%
其他利益及損失	(5,598)	-2%	(2,538)	0%	14,398	3%	10,362	4%
財務成本	(1,366)	0%	(1,877)	0%	(1,337)	0%	(1,823)	-1%
營業外收入(支出)合計	(4,149)	-1%	(2,627)	0%	17,104	4%	12,829	5%
稅前淨利(損)	(3,853)	-1%	38,993	8%	(7,051)	-2%	(66,326)	-27%
所得稅費用	4,334	2%	14,727	3%	3,479	1%	(6,945)	-3%
稅後淨利(損)	(8,187)	-3%	24,266	5%	(10,530)	-3%	(59,381)	-24%
股本	384,000		383,860		383,960		383,960	
每股盈餘(虧損)	(0.21)		0.63		(0.28)		(1.52)	

← 營收 2.5 億元

← 毛利率 -8%

RH 季度營業收入

單位：新臺幣千元





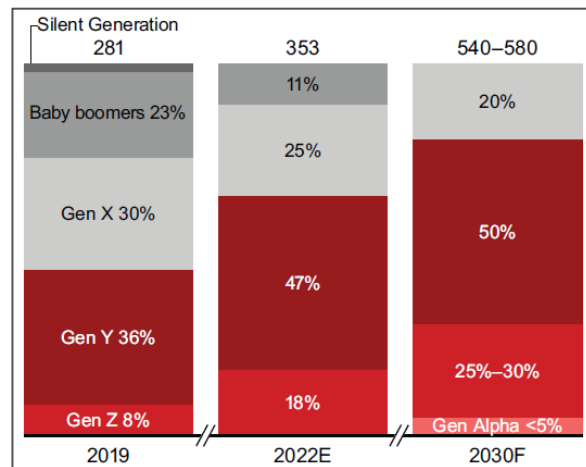
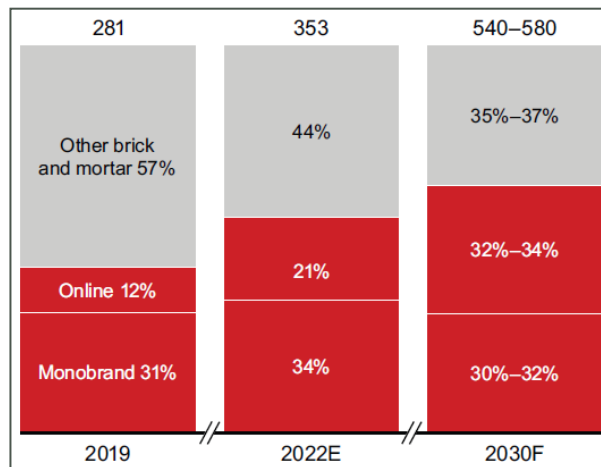
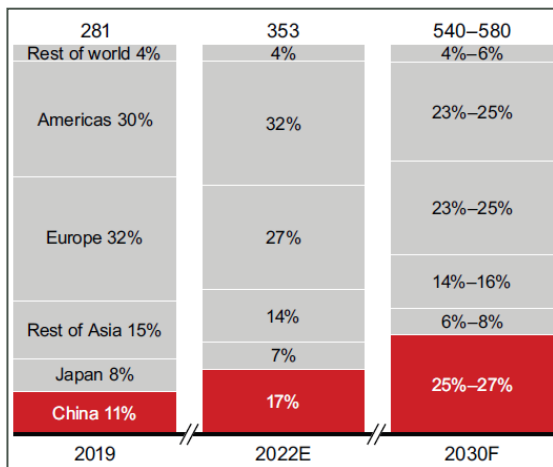
日成控股 2023 年度 經營方針及展望

2023-2030 個人奢侈品市場趨勢

➤ Bain & Company:

2022 年的強勁表現表明個人奢侈品市場將在中期內繼續保持健康增長，而穩健的市場基本面預計將使到 2030 年前的年增長率達 5%-7%。

單位：十億歐元



中國將恢復疫情前的奢侈品市場主導地位，並超越美洲和歐洲成為全球最大的市場。

線上將在未來成為消費者購買奢侈品的主要渠道，其次則是單一品牌商店。

年輕一代的消費者(Y世代、Z世代和Alpha世代)將成為時尚產業的消費主力客群。

資料來源: Bain & Company & Altagamma, 2023/01/17

2023-2030 個人奢侈品市場趨勢

➤ Business of Fashion:

個人奢侈品市場的長期前景雖仍然被看好，但受到經濟因素的影響，不同類型的奢侈品牌其成長時間點不同。

- 短期之內：頂級奢侈品牌如 LVMH 和 Kering，因其只專注在高淨值的 VIC 客戶，其客戶屬性相對較不受國際經濟情勢影響。
 - 中產階級消費者因考量經濟情況而減少對奢侈品的支出
 - Burberry 集團觀察：以全球最大奢侈品市場美國為例，其中低端的奢侈品市場確實出現疲軟跡象。
- 中長期以後：機會開始擴展至較為平價的品牌，或是利基型品牌。

2023 年集團策略與計劃

➤ 集團對外計劃

- 提高對市場之掌握度：熟悉市場脈動，強化對市場的反應能力以因應世界趨勢變化。
- 能耐基礎成長策略：結合公司既有之競爭優勢與強項，開發符合客戶需求之產品。
- 調整公司訂單配置：因應國際經濟情勢變化，強化對中高階飾品訂單的爭取、擴展產品線；以及配合現今珠寶產業趨勢，積極開拓與 ESG 相關的商機。
 - 中高端黃金飾品(fine gold jewelry)
 - 珠寶零配件(findings)
 - 前端加工服務，例如沖壓(stamping)
 - 提供符合責任珠寶業委員會(RJC)之 CoC 認證的回收銀(recycled silver)服務

2023 年集團策略與計劃

➤ 集團內部計劃

- 持續完善對產品的品保制度，提高所生產的首飾品質。
- 集團 ERP 升級：完成第一階段的集團 ERP 系統升級規劃，第二階段將持續精簡現行流程中不必要的步驟，並對集團員工進行相關訓練、確保系統與人員協作順利。
- 強化集團 ESG：於母公司設立「永續發展」和「風險管理」委員會、並於各子公司設立相關工作小組，提高集團對於碳排放、風險管理等重要議題的管理。
- 回收銀業務：由集團內之 Regal Precious Metal Innovation Co., Ltd. (RPM) 公司專責生產符合 RJC CoC 認證之回收銀，於今年 Q4 進行試產，並於明年 Q1 開始量產。除供應集團內部使用、降低自身碳足跡之外，未來亦將積極開拓成為其他珠寶品牌供應商之商機。
- 太陽能板專案：於子公司 RJM 廠區分三階段建置太陽能板，提高集團可再生能源使用比重，節省相關電力成本、並以實際作為回應世界對永續性議題的重視。
- 專注於首飾產品之 OEM 和 ODM 業務，並持續精進和改善。依照客戶屬性擬定不同合作模式，了解客戶的 DNA，成為真正能為客戶提供加值服務的全方位合作夥伴。

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⁺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

