

TW.4807



日成控股股份有限公司  
REGAL HOLDING CO., LTD

# 法人說明會

TW. 4807

Jun 4, 2024



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 2,500 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

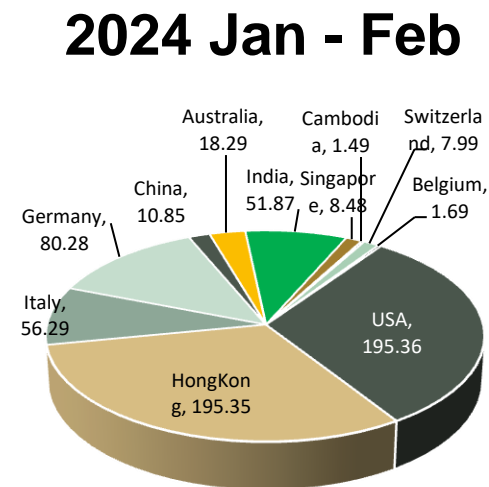
# 泰國 7113 產品前十大出口 (2021-2024)

## 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 (2021-2024)								
#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 1				Total			
	2021	2022	2023	2024(1-2)	2021	2022	2023	2024(1-2)
USA	249.56	293.89	281.29	<b>195.36</b>	1260.16	1368.63	925.88	<b>195.36</b>
Hong Kong	47.01	60.62	161.11	<b>195.35</b>	191.25	233.43	421.72	<b>195.35</b>
Italy	11.03	33.67	60.54	<b>56.29</b>	64.35	122.70	104.46	<b>56.29</b>
Germany	116.31	118.25	98.95	<b>80.28</b>	490.95	479.34	325.32	<b>80.28</b>
China	16.07	22.96	16.35	<b>10.85</b>	90.11	84.94	62.28	<b>10.85</b>
Australia	42.29	36.23	32	<b>18.29</b>	161.50	176.73	128.01	<b>18.29</b>
India	1.04	21.92	14.19	<b>51.87</b>	32.15	121.20	243.05	<b>51.87</b>
Singapore	27.37	19	83.71	<b>8.48</b>	74.08	152.59	86.30	<b>8.48</b>
Cambodia	0.02	0.01	11.03	<b>1.49</b>	1.00	10.91	16.47	<b>1.49</b>
Switzerland	4.44	9.86	17.56	<b>7.99</b>	26.02	59.64	54.62	<b>7.99</b>
Belgium	1.59	1.53	2.23	<b>1.69</b>	7.45	9.63	7.10	<b>1.69</b>
Total	516.73	617.94	778.96	<b>627.94</b>	2399.02	2819.74	2375.21	<b>627.94</b>

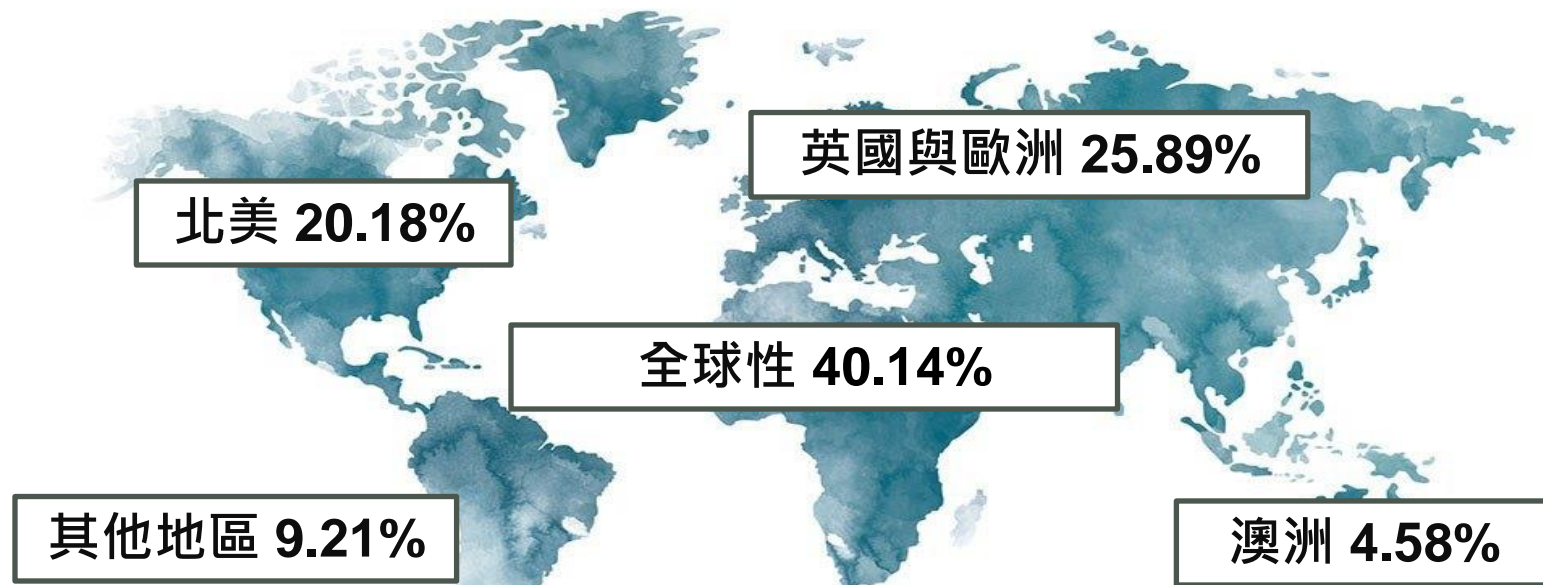
Source: Gem and Jewelry Information Center





# 日成控股 2024Q1 營業概況

# 日成控股客戶比重



客戶型態	佔比
全通路 (Omni-channel)	89.30%
線上 (Online channel)	10.52%
線下 (Offline channel)	0.18%

# 日成控股 2024Q1 營業概況說明

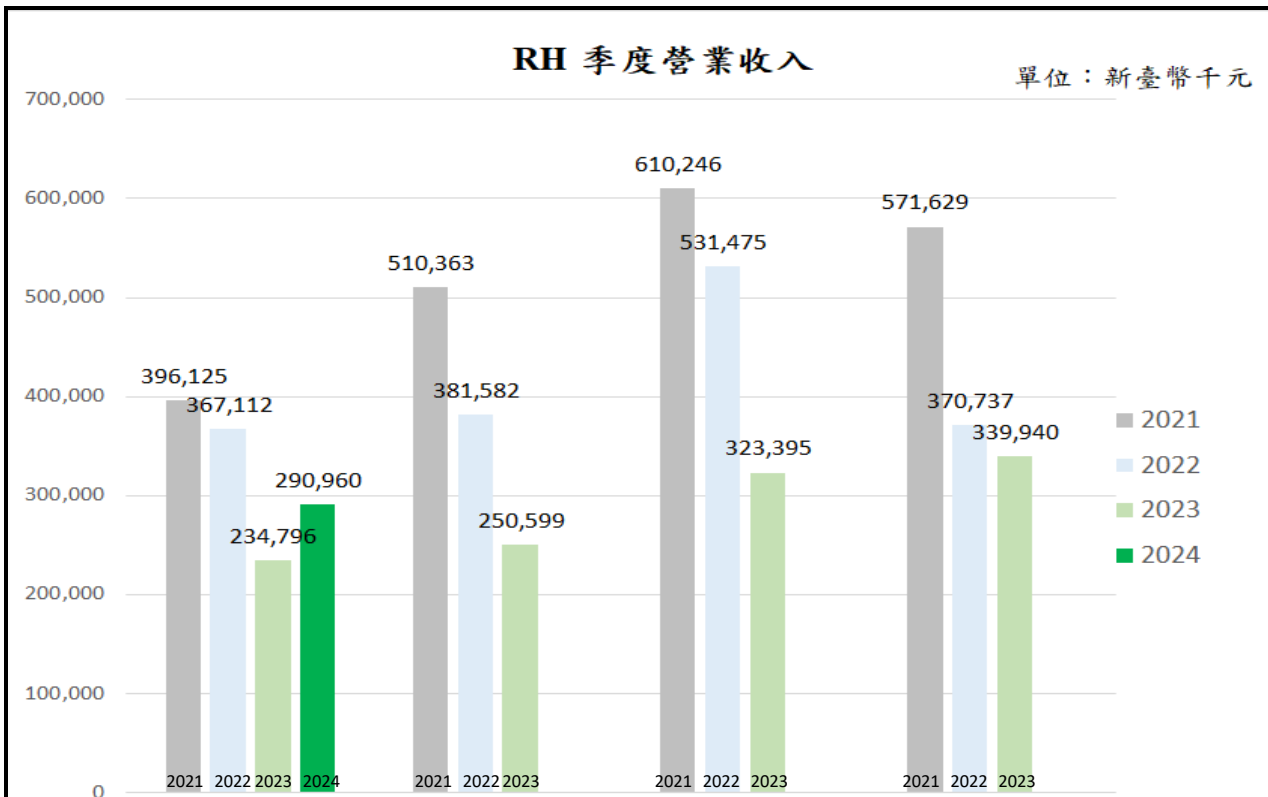
單位：NTD千元	2021Q1		2022Q1		2023Q1		2024Q1	
營業收入	396,125	100%	367,112	100%	234,796	100%	290,960	100%
營業成本	310,045	78%	312,436	85%	260,090	111%	255,809	88%
營業毛利	86,080	22%	54,676	15%	(25,294)	-11%	35,151	12%
推銷費用	18,289	5%	13,427	3%	14,176	6%	20,988	7%
研發費用	15,491	3%	14,033	4%	16,118	7%	15,317	5%
管理費用	42,383	11%	39,949	11%	36,868	15%	38,632	13%
預期信用減損損失(迴轉利益)	(59)	0%	11	0%	(224)	0%	217	0%
營業費用合計	76,104	19%	67,420	18%	66,938	28%	75,154	25%
營業淨利(損)	9,976	3%	(12,744)	-3%	(92,232)	-39%	(40,003)	-13%
利息收入	16	0%	22	0%	1,179	1%	33	0%
其他收入	2,089	1%	1,863	0%	2,298	1%	1,325	0%
其他利益及損失	17,050	4%	7,397	2%	(1,459)	-1%	7,170	2%
財務成本	(3,048)	-1%	(1,386)	0%	(1,641)	-1%	(2,108)	0%
營業外收入(支出)合計	16,107	4%	7,896	2%	377	0%	6,420	2%
稅前淨利(損)	26,083	7%	(4,848)	-1%	(91,855)	-39%	(33,583)	-11%
所得稅費用	10,865	3%	(9)	0%	(8,028)	-3%	(3,096)	-1%
稅後淨利(損)	15,218	4%	(4,839)	-1%	(83,827)	-36%	(30,487)	-10%
股本	383,860		383,960		383,960		383,960	
每股盈餘(虧損)	0.34		(0.12)		(2.09)		(0.72)	

← 營收 2.9 億元

← 毛利率 12%

### RH 季度營業收入

單位：新臺幣千元



	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
<b>2024</b>	<b>290,960</b>				<b>290,960</b>
<b>2023</b>	<b>234,796</b>	<b>250,599</b>	<b>323,395</b>	<b>339,940</b>	<b>1,148,730</b>
<b>2022</b>	<b>367,112</b>	<b>381,582</b>	<b>531,475</b>	<b>370,737</b>	<b>1,650,906</b>
<b>2021</b>	<b>396,125</b>	<b>510,363</b>	<b>610,246</b>	<b>571,629</b>	<b>2,088,363</b>





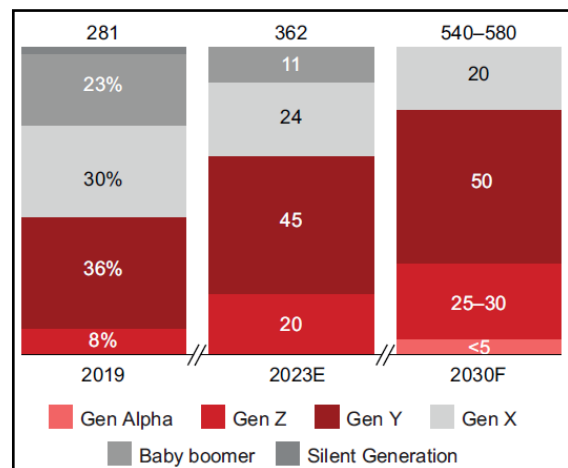
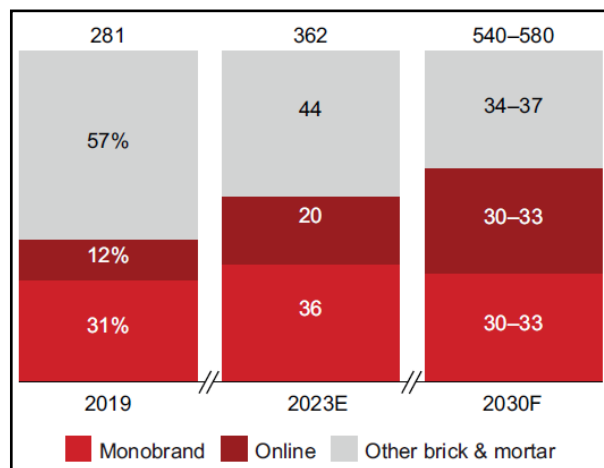
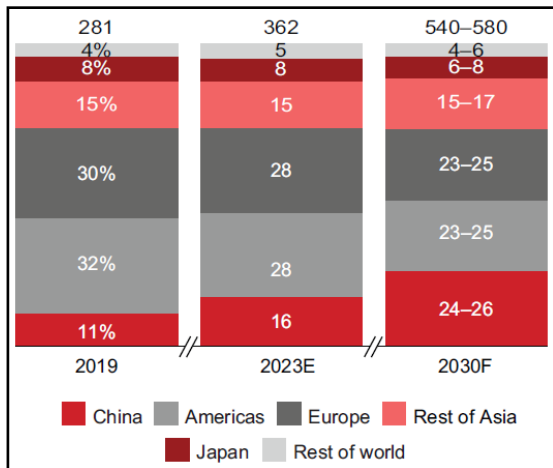
# 日成控股 2024 年度 經營方針及展望

# 2024-2030 個人奢侈品市場趨勢

## ➤ Bain & Company:

- 經歷疫情後連續兩年兩位數成長率的反彈後，2023 年奢侈品產業的成長率如預期減緩至個位數。
- 展望未來，消費者信心水準提高將推動美國與世界各地的需求，2024 年將溫和成長，而穩健的市場基礎將使奢侈品產業年成長率到 2030 年達到每年 5%-7%。

單位：十億歐元



中國未來將佔據奢侈品市場的主導地位，並超越美洲和歐洲成為全球最大的市場。

網路與單一品牌商店(monobrand store)將逐漸成為消費者購買奢侈品的主要渠道。

年輕世代的消費者(Y世代、Z世代和Alpha世代)將逐漸成為奢侈品產業的消費主力客群。

資料來源: Bain & Company & Altgamma, 2024/01/18

# 2024-2030 個人奢侈品市場趨勢

## ➤ Business of Fashion:

在當前全球經濟成長較緩慢的情況下，較有消費能力的X世代和嬰兒潮世代獲得時尚產業更多的關注。

- 不斷成長的力量：以美國人口普查局資料為例，2023年，年齡在65歲或以上的人口達到創歷史新高的17.7%，較2010年時的13%明顯有所上升。
- 財務基礎：X世代和嬰兒潮世代有較長的時間累積財富，相對不易受到不確定的經濟環境影響。而在目前的情勢下，他們是尤其有價值的群體。
- 為了吸引這群年齡相對較長的消費者，時尚品牌可能會提高傳統行銷方法的使用比重，以配合他們的習慣
  - 例如：目錄、雜誌、電視廣告
  - 雖然管道與方式相對傳統，但如何營造高水準且個人化的服務體驗仍然是時尚品牌在行銷時的重要課題。

# 2024 年集團策略與計劃

- 優化 K 金商品、高品質商品、貴重寶石商品的製造技術，和後續的產品品保與存貨管理制度。
- **Lean Project**：完成集團 ERP 系統升級後，未來將持續精簡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。
- **KM Project**：今年 Q1 時完成導入程式與建立知識管理架構，目前 Q2 上傳公司知識與正式實行，做到知識傳承、利於規劃教育訓練和無紙化(paperless)。
- 太陽能板專案：第一期工程已於子公司完成並正式運行。除提高集團可再生能源使用比重，節省相關電力成本外、也以實際作為回應世界對永續性議題的重視。
- 強化集團 **ESG**：除了於董事會成立「永續發展」和「風險管理」委員會、也於子公司設立相關工作小組，提昇對於碳排放、風險管理等重要議題的管理。

# 2024 年集團策略與計劃

- 整合並建立一套完整的內控管理系統，且確實執行。
- 強化集團在 ESG 議題的投入、完善各子公司在永續發展和風險管理的工作小組與管理系統，以提昇集團對 ESG 議題的管理能力和集團競爭力。
- 定期監督各子公司的策略與年度計劃執行情形，確認集團各子公司目標的達成狀況。
- 確保集團對於各利害關係人的溝通狀況良好，且溝通管道均暢通：
  - 投資人關係：維持現有的溝通強度與頻率，妥善回應股東與證券公司的問題與意見。
  - 金融機構：增加接觸頻率、提高雙方互動次數，為將來資金調度增加渠道。
  - 法令遵循：健全股務相關業務，以確實符合監理機關與各項法令之要求。

# 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

