



如興股份有限公司 (代碼：4414)

民國112年 法說會

免責聲明

- 1.所有資訊提供僅作參考，不應視為買進或賣出之投資建議。任何的投資決策應基於投資人自行對市場的判斷和理解。本公司不會對任何人士使用本資料而引致任何損害承擔任何賠償。
- 2.本文件所載的任何資料、圖像連結及其他資料等（以下簡稱「資料」），只供參考之用。雖然本公司已盡力確保本資料準確性，但本公司不會明示或隱含保證該等資料均為準確無誤亦不會對任何錯誤或遺漏承擔責任。
- 3.本資料屬如興股份有限公司之專屬財產，均受知識產權法及權利所保障，任何未經授權使用的資料均屬侵權行為。

瘦身復牌 – 全面提升資產品質

P4-7

健身轉盈 – 管理精進本業獲利

P8-10

春聲燕語 – 攜手客戶共同成長

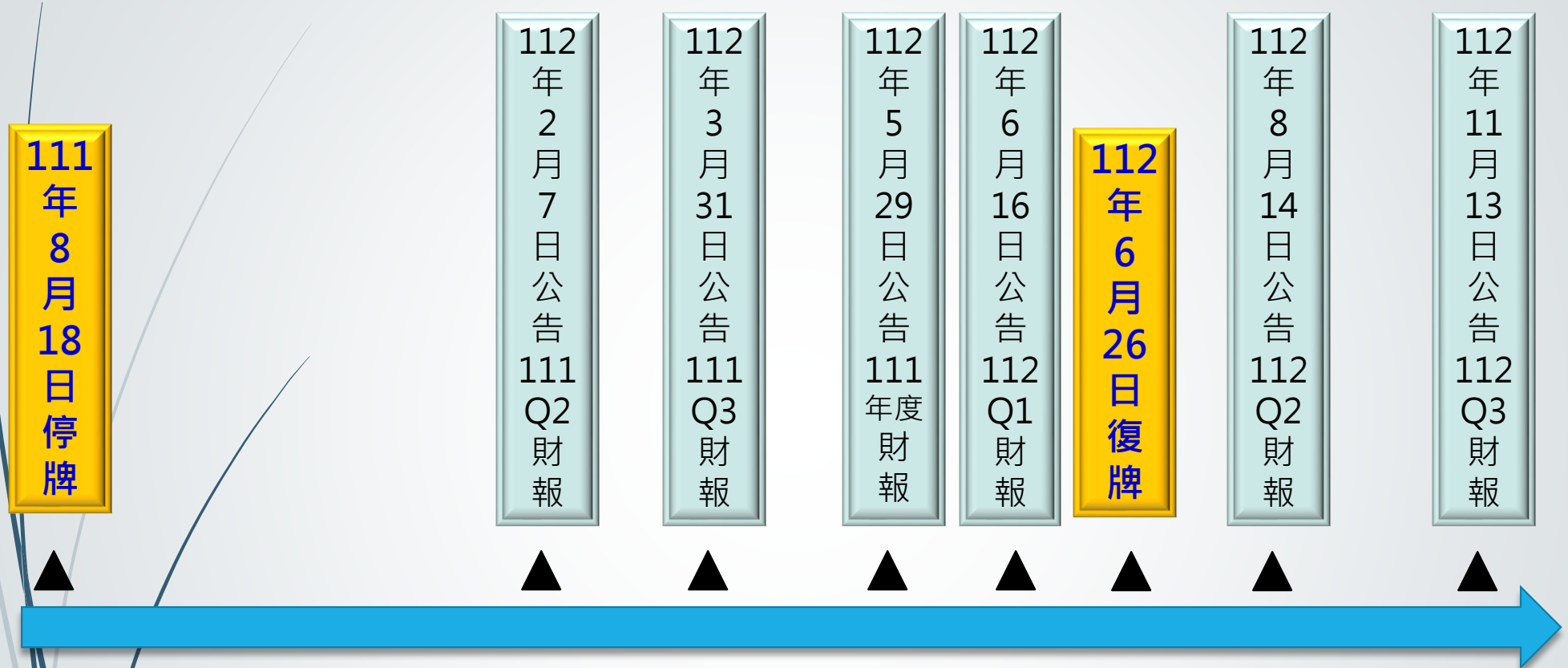
P11-13

瘦身復牌 – 全面提升資產品質

瘦身復牌 – 全面提升資產品質

董事長	紀宗明 先生
總經理	Ian Harrison 先生
實收資本額	新台幣88.21億
集團員工人數	15,965人
營運現況	全球牛仔褲領導廠商 (2023前三季銷售40,237千件，營業額105.63億元)
生產佈局	東南亞78%、東非20%、中國2%

瘦身復牌 – 全面提升資產品質



走過風雨 復牌持續瘦身

依法依規 強化公司治理

瘦身復牌 – 全面提升資產品質

111年第一季		
資產	19,296	100%
固定資產	3,626	19%
無形資產	4,758	25%
負債	11,512	60%
銀行借款	6,557	34%
股東權益	7,784	40%
保留盈餘	(3,328)	-17%

單位：新台幣百萬元

復牌前 VS. 復牌後

112年第一季		
資產	13,435	100%
固定資產	2,695	20%
無形資產	2,584	19%
負債	9,447	70%
銀行借款	4,789	36%
股東權益	3,988	30%
保留盈餘	(7,368)	-55%

依會計穩健原則提列呆帳費用(主要為醫療事業)、存貨評估減損、固定資產減損、無形資產減損，總計約3,900M。

全面檢視 評估資產 健康上陣

健身轉盈 – 管理精進本業獲利

健身轉盈 – 管理精進本業獲利

單位：新台幣百萬元

	111年第三季	112年第二季	112年第三季
營業收入	4,874	3,534	3,826
營業毛利	779	671	636
毛利率	16%	19%	17%
營業淨利	-200	30	112
營業淨利率	-4%	1%	3%
稅後淨利	-566	-49	25

趨勢正面 - 自112年第二季起營業淨利轉虧為盈
自112年第三季起稅後淨利為正數

主力客戶營收佔比持續提升

單位：新台幣百萬元

	客戶名稱	2021 Jan-Sep	%	2022 Jan-Sep	%	2023 Jan-Sep	%
1	WalMart	4,054	32%	4,278	32%	3,458	33%
2	LEVI' S	1,991	16%	3,249	24%	2,842	27%
3	GAP	1,805	14%	1,954	14%	1,439	14%
4	G.U	1,555	12%	1,771	13%	1,282	12%
	前四大客戶小計	9,405	74%	11,252	83%	9,021	86%
5	其他	3,371	26%	2,197	17%	1,528	14%
	合計	12,776	100%	13,449	100%	10,549	100%

- 雖2023行業不景氣但10%以上大客戶表現穩健。
 - 1-9月對主力客戶之營收，Wal-Mart和Levis僅分別減少19%和13%較整體營收減少22%為佳，且Levis仍較2012年同期增長43%。
 - 大客戶策略協助公司走過2023產業逆風、迎向2024營運增長。

未來同主力客戶一起增長
前四大客戶佔比持續增加，由74%提升為86%

春聲燕語 – 攜手客戶共同成長

全球jeans市場持續成長

- ESG助益大品牌大製商
- LDP 延伸客戶的服務提高附加價值

產能移動-東非坦尚

- 人工成本較低、稅收較優惠

提高自動化生產能力

強化面料採購管理

預期財務負擔減輕

- 完成私募計劃
- 美國降息將減輕公司利息支出
- 同步調整借款幣別結構

春聲燕語 – 攜手客戶共同成長

市場溫和增長

+

穩定客戶群

+

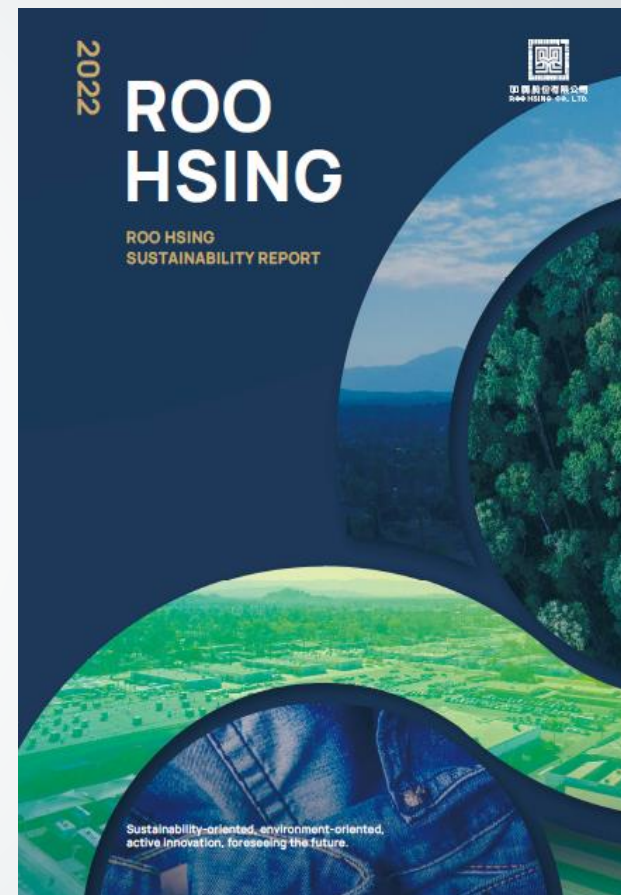
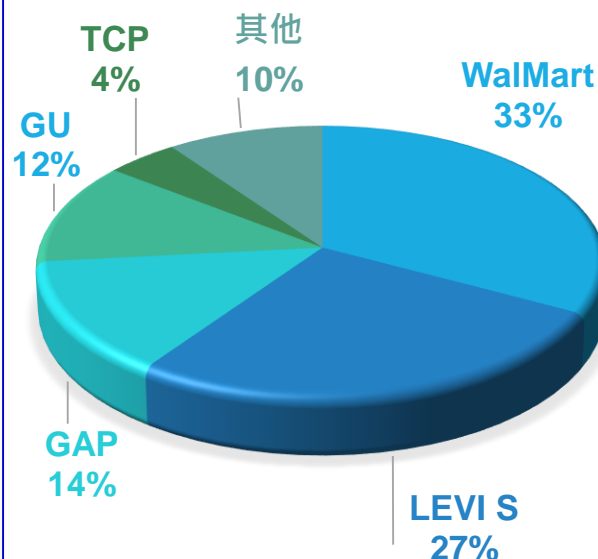
落實ESG

專業機構預估 全球jeans市場規模

1. GRAND VIEW RESEARCH :
2023至2030
複合年成長率5.8%
2. Global Information :
2022至2030
複合年成長率7.2%
3. Mordor Intelligence :
2023至2028
複合年成長率4.18%

data source: internet

2023年1-9月 前五大客戶營收佔比



持續耕耘主力客戶及落實ESG，產業地位確立

LDP

持續由製造導向邁向服務導向，延伸對客戶的服務，並主動協助客戶進行問題排除，以建立更緊密的合作關係



增加LDP營運模式之品牌覆蓋面→由Walmart到GAP、Levi's

延伸對大品牌客戶的服務 提高附加價值

實現永續獲利 提升長期股東價值

Q & A

謝謝指教

